UNIVERSITÉ DE PARIS 1 - PANTHÉON SORBONNE
INSTITUT DE RECHERCHE ET D'ÉTUDES SUPÉRIEURES DU TOURISME

L'INTÉGRATION DES PRINCIPES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LE TOURISME

Approche systémique et territoriale des logiques d'action françaises

Mémoire présenté pour l'obtention du

Diplôme de Paris 1 – Panthéon Sorbonne

MASTER PROFESSIONNEL « TOURISME » (2e année)

Spécialité **Développement et Aménagement Touristique des Territoires**

Par : **Melle Sarah LEJEUNE**

Directeur du mémoire : M. Jean-Pierre MARTINETTI

Membres du jury : M. Jean-Pierre MARTINETTI

Mme Maria GRAVARI-BARBAS

Septembre 2010

Avant-propos

L'impact environnemental du tourisme étant de plus en plus interrogé à l'échelle mondiale, l'écotourisme a fait son apparition à la fin du 20e siècle. Cette nouvelle forme de tourisme contribue à la protection de l'environnement et au bien-être (économique, social et culturel) des populations locales tout en permettant aux voyageurs de s'ouvrir au monde. Elle a même donné lieu à l'Année Mondiale de l'Écotourisme organisée par les Nations Unies en 2002.

Dans un premier temps, mon questionnement et mes lectures exploratoires se sont donc portés sur le thème du développement de l'écotourisme en France : Cette filière touristique connaît-elle un réel essor dans notre pays ? Si oui, dans quelle mesure et à travers quels types de produits ? Quelles sont les destinations écotouristiques françaises ? Le développement de l'écotourisme en France est-il le fruit d'une volonté politique ? L'objectif était de traiter d'une innovation qui répond à la sensibilité environnementale des touristes et qui s'intègre dans un souci général de développement durable.

Cependant, ce projet de mémoire focalisé sur l'écotourisme ne constituait pas un choix pertinent. Traiter d'un marché de niche ne m'aurait pas permis d'atteindre mon but : cerner les enjeux actuels du développement touristique dans les territoires français. Quant à la portée pratique de la démarche, elle aurait été limitée par une demande qui est encore faible.

Par ailleurs, j'envisageais d'analyser les évolutions de l'écotourisme en France sous trois angles différents : 1) son intégration aux politiques publiques du tourisme, 2) la progression et la structuration de l'offre écotouristique par ses prestataires, 3) l'extension spatiale des destinations écotouristiques. Le développement de ce plan ne s'est pas révélé réalisable, compte tenu du temps imparti à la réalisation du mémoire, ainsi que du volume de données à rassembler pour élaborer un panorama complet à l'échelle nationale.

Ainsi, la problématique et les hypothèses de recherche ont été réorientées, et les outils méthodologiques ont été choisis plus modestement. Le thème été élargi au développement du tourisme durable en France. Il sera traité en termes d'acteurs et de stratégies publiques et privées, dans le cadre d'une évolution du système touristique vers plus de durabilité. Bien évidemment, ces travaux n'ont pas pour ambition de fournir la bonne marche à suivre aux acteurs identifiés, mais il s'agit d'éclairer leurs enjeux et leurs rôles potentiels dans le lancement d'une dynamique française de développement touristique durable.

Remerciements

Je tiens à remercier sincèrement toutes les personnes qui m'ont entourée et qui ont participé, de près ou de loin, à la réalisation de ce mémoire :

Jean-Pierre MARTINETTI, pour sa direction, ses orientations et sa compréhension, également pour avoir accepté d'examiner ce travail.

Marie LEPLAY de l'office français de la Fédération pour l'Éducation à l'Environnement en Europe, Aude LEFEVRE du Conseil Général du Nord et Fanny KAUFMAN de la société Huttopia, pour avoir bien voulu me recevoir en entretien.

François DESBOS, pour sa disponibilité, la pertinence de ses commentaires et ses conseils avisés.

Alexandre, qui m'a apporté un soutien très précieux, sur les plans technique et moral, jusqu'à l'achèvement de ce mémoire.

Martina, qui m'a soutenue durant la phase finale de rédaction, par ses encouragements et sa bonne humeur.

Karine, Alex et France-Marie, qui m'ont accordé du temps et qui ont aussi contribué à la réussite de ces travaux.

Sommaire

INTRODUCTION

Dans un contexte de crise économique mondiale, tous les regards se tournent vers un mode croissance présenté comme une solution d'avenir : le développement durable. Loin d'être une idée neuve, ce concept a émergé au début des années 1970 et s'est progressivement affirmé au cours des années 1980 suite à l'identification de problèmes environnementaux et de développement au niveau planétaire. Aujourd'hui, les valeurs du développement durable sont à l'origine d'un foisonnement de projets nationaux, régionaux et à l'échelle locale. En effet, la croissance économique est reconsidérée de manière à minimiser les impacts sur l'environnement, favoriser le progrès social et respecter les identités culturelles, dans un objectif global de « durabilité ». Le développement durable s'installe ainsi dans les discours et programmes politiques, s'insère dans les stratégies commerciales des entreprises, tandis qu'il occupe une place grandissante parmi les préoccupations de la société civile.

Le phénomène touristique, quant à lui, a relativement bien résisté à la crise économique. En 2009, les arrivées de touristes internationaux dans le monde ont chuté de 4% pour se chiffrer à 880 millions, mais une croissance située entre 3% et 4% est prévue pour 2010[1]. Les valeurs du développement durable sont-elles donc à appliquer au tourisme ?

Les externalités négatives des activités touristiques se trouvent au cœur de débats au sujet de la compatibilité entre tourisme et développement durable. Par le trafic aérien et routier qu'il génère, la construction d'hébergements et les pratiques des visiteurs, le tourisme a un impact direct sur l'environnement. Les émissions de gaz à effet de serre, la consommation de ressources naturelles (principalement l'eau douce), les diverses pollutions (sonore, visuelle et production de déchets…), et les effets du tourisme sur le milieu physique (urbanisation, destruction d'écosystèmes…) sont ainsi visés. De plus, le tourisme n'est pas toujours perçu positivement pour les sociétés locales, car il peut aussi devenir une source d'érosion culturelle, de standardisation ou même d'exploitation des populations.

Face à ces divers enjeux économiques, sociaux et environnementaux, mais aussi en réponse à la sensibilisation croissante des touristes aux valeurs du développement durable, l'industrie du tourisme se doit d'évoluer vers plus de durabilité. Telle était la conclusion du Sommet mondial pour le développement durable en 2002, mais aussi de plusieurs déclarations

[11] Cf. www.veilleinfotourisme.fr.

et chartes élaborées au niveau international depuis une quinzaine d'années. Gouvernements et acteurs locaux ont ainsi été engagés à collaborer, de manière à tenter de maîtriser les impacts négatifs du tourisme, dans le but de renforcer ses bénéfices dans toutes les régions du monde. Le développement d'un tourisme durable concerne donc l'ensemble du secteur et toutes les destinations, y compris les leaders incontestés du tourisme mondial tels que la France.

En effet, avec près de 74,2 millions de touristes accueillis sur le territoire en 2009[2], la France est toujours la première destination touristique au monde, en dépit d'un recul de 9% pour l'ensemble de l'Europe fin 2009. Située devant les États-unis et l'Espagne, elle reste une destination de choix pour le tourisme de proximité et de courts séjours, mais aussi pour le tourisme de luxe. Toutefois, le secteur touristique français doit affronter une concurrence internationale croissante et satisfaire une demande toujours plus exigeante. Il s'agit donc renouveler l'offre française et d'améliorer l'accueil, et bien évidemment de proposer un tourisme orienté vers les principes du développement durable et le respect des valeurs éthiques. Sous quelles formes cette nouvelle « tendance » du développement durable se manifeste-elle au sein du secteur touristique français ?

En septembre 2008, un an après le lancement du Grenelle de l'environnement en France, J.-L. Borloo (qui était alors Ministre d'Etat au Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du Territoire) a déclaré au sujet du développement durable du tourisme :

« La France, première destination touristique du monde, doit devenir demain, la première industrie touristique durable du monde. Et nous avons les entreprises pour le faire, les structures juridiques pour le faire, le patrimoine naturel pour le faire… Il ne nous reste plus qu'à avancer tous ensemble et au même rythme. »

C'est dans l'objectif de positionner la France comme destination touristique durable et exemplaire que des travaux ont été réalisés dès 2001 par les experts de l'Agence Française d'Ingénierie du Tourisme (AFIT)[3]. En effet, un guide sur le pilotage du tourisme durable propose des outils stratégiques qui « visent à faciliter l'émergence de dynamiques territoriales par l'action conjuguée des collectivités et des entreprises » sur les territoires. Puis, en 2007, la publication d'ODIT France intitulée *Tourisme et développement durable – L'expérience française* insiste sur la nécessité de s'appuyer sur des politiques publiques, mais également sur une

2 D'après le Bilan 2009 de la Direction Générale de la Compétitivité de l'Industrie et des Services.

3 L'AFIT est l'Agence publique de développement touristique de la France, devenue ODIT France en 2005, puis ATOUT FRANCE en 2009.

stratégie cohérente du secteur touristique qui a « une responsabilité particulière à assumer dans la mise en œuvre d'actions concrètes sur les modes de consommation et de production durables et sur les retombées socio-économiques en termes d'emplois ». Le développement du tourisme durable est donc devenu un chantier du gouvernement français et du Ministère délégué au Tourisme. Mais qu'en est-il des 75% des collectivités territoriales françaises concernées par le tourisme[4] et des entreprises du secteur ? Comment cette volonté de parvenir à un tourisme durable en France se traduit-elle en concrètement ?

Le processus de décentralisation engagé en France[5] a fait du tourisme une compétence partagée entre les différents niveaux de son appareil institutionnel. L'Etat assure des missions d'observation et de réglementation grâce à des services centraux, de promotion et d'ingénierie touristique par l'intermédiaire du groupement public ATOUT FRANCE. Quant aux collectivités locales, elles jouent un rôle majeur dans l'organisation et l'aménagement touristique mais également dans la promotion et l'observation touristique de leurs territoires. En conséquence de cette administration décentralisée, l'action publique en matière de tourisme correspond à la stratégie nationale du tourisme, aux schémas touristiques élaborés aux échelles régionale et départementale, ainsi qu'aux politiques touristiques menées localement.

Pour ce qui est de l'industrie du tourisme, on observe une grande hétérogénéité interne du secteur. Une première distinction est à réaliser entre les entreprises de la distribution touristique (tour opérateurs, agences de voyages) et les prestataires de services touristiques (transporteurs, hébergeurs, agences réceptives, fournisseurs de services divers). De surcroît, chacune des filières de l'offre touristique est composée d'une grande diversité d'entreprises – à titre d'exemple, l'hébergement marchand inclut les hôtels, les résidences de tourisme, les campings, les chambres d'hôtes, etc. Le secteur privé du tourisme en France est ainsi composé d'une multiplicité d'entreprises aux intérêts divers, qui ne partagent pas la même approche du développement touristique durable.

L'organisation du tourisme en France pose donc plusieurs questions : Comment les opérateurs publics et privés du tourisme français, collectivement et individuellement, s'approprient-ils la thématique du tourisme durable ? Quelles sont leurs marges de manœuvre et leurs modalités d'action pour faire évoluer les activités touristiques vers plus de durabilité ? Les initiatives publiques et privées sont-elles coordonnées ? Quelle est l'échelle d'action pertinente pour impulser une dynamique de tourisme durable ? Ce questionnement implique de considérer

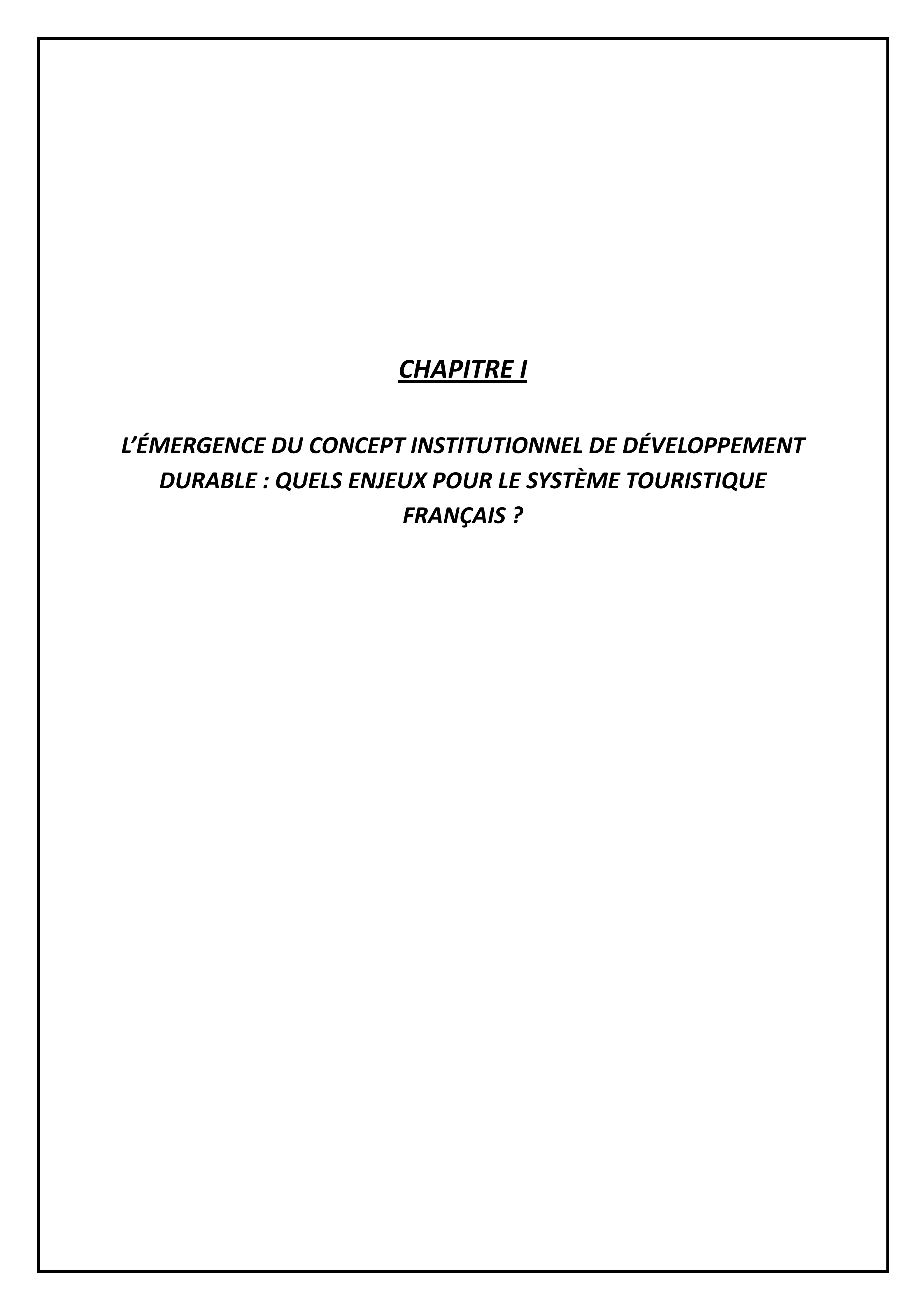
4 Donnée d'ODIT France, 2007.

5 Processus de décentralisation qui débute avec les lois Deferre passées en 1982, relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions françaises.

l'articulation entre les politiques touristiques des collectivités territoriales et les stratégies d'entreprise. Ce mémoire tente ainsi de répondre à la problématique suivante : *Quelle est l'incidence des principes de développement durable sur les relations public-privé au sein du système touristique français ? Quelles méthodes adopter pour une coordination des logiques d'action et une synergie autour du processus de tourisme durable en France ?*

Trois hypothèses de réponse suivantes ont guidé ces travaux de recherche. La première est qu'il existerait un cloisonnement entre les secteurs public et privé du tourisme, et que cet obstacle doive nécessairement être surmonté pour une coordination des démarches françaises en faveur du tourisme durable. La seconde hypothèse est que le degré de prise en compte des problématiques et des enjeux du tourisme durable varierait en fonction des pouvoirs détenus par les collectivités territoriales. Mettre en cohérence les politiques d'action publique en faveur de la durabilité du tourisme impliquerait une donc concertation entre les instances des différents niveaux administratifs. Une dernière hypothèse consiste à dire que de manière générale, la distinction entre démarches globales de tourisme durable et systèmes de gestion environnementale des entreprises touristiques serait confuse. Il serait alors indispensable que les différents acteurs du système touristique s'accordent sur une culture partagée du tourisme durable pour agir de manière cohérente.

Le principal objectif de ces travaux est de proposer une vision synthétique des différents types d'interventions réalisées en France en matière de tourisme durable et de mettre en exergue quelques facteurs essentiels à leur bonne coordination. Dans un premier chapitre, les enjeux du développement durable et de tourisme durable seront exposés avant de préciser l'ampleur de leur prise en compte par les institutions internationales et européennes. Puis, la démarche méthodologique choisie pour étudier leur application en France sera présentée. Le deuxième chapitre permettra ensuite de caractériser les logiques d'action des entreprises touristiques et des collectivités territoriales et d'interroger l'articulation entre secteurs public et privé du tourisme, sur la base d'études de cas et d'entretiens. Suite à ce panorama des démarches françaises en faveur du développement durable du tourisme, un troisième chapitre proposera des éléments de réflexion pour l'ensemble des acteurs touristiques. Travaux de recherches, expériences françaises et témoignages d'acteurs seront alors mis à profit pour l'élaboration de suggestions, afin d'évoluer vers une efficacité et une cohérence des stratégies de tourisme durable en France.



CHAPITRE I

L'ÉMERGENCE DU CONCEPT INSTITUTIONNEL DE DÉVELOPPEMENT DURABLE : QUELS ENJEUX POUR LE SYSTÈME TOURISTIQUE FRANÇAIS ?

A. *Le tourisme durable : principes et enjeux d'un concept récent à visée planétaire*

Après une présentation de la chronologie des concepts internationaux de développement durable et de tourisme durable, un cadre théorique général a été fixé pour ces travaux de recherche sur le développement touristique durable en France.

1. La lente conceptualisation du développement durable

Le 19e siècle a vu émerger l'écologie[6] en Europe, qui a donné lieu à de nombreux débats sur la préservation des espèces et des ressources naturelles au début du 20e siècle. Il s'agissait déjà de limiter les perturbations provoquées par les activités humaines sur l'environnement planétaire. Mais c'est la prise de position du Club de Rome, groupe de réflexion international composé de scientifiques, d'hommes d'affaires et de politiques, qui a constitué un tournant dans ce domaine. En effet, ils publient en 1972 le rapport Meadows ayant pour titre *The limits to growth* (« Halte à la croissance ? »), qui conclut de façon alarmiste à l'impossibilité de maintenir une croissance matérielle forte au risque d'épuiser toutes les ressources naturelles de la planète. Cette même année, une première conférence internationale est organisée à Stockholm par les Nations Unies au sujet des problèmes environnementaux de la planète, ce qui marque le départ d'une prise de conscience internationale.

Émergence d'une notion internationale et textes fondateurs

Dans la continuité, l'UICN, le PNUE et le WWF[7] publient en 1980 un rapport *intitulé La stratégie mondiale de la conservation* qui redéfinit l'écologie et qui envisage que l'ensemble des gouvernements entreprennent leurs propres stratégies nationales de conservation de la nature. Mais le principal apport de cette publication a été de proposer en français l'expression « développement durable », traduite de l'anglais « sustainable development » et accompagnée de l'explication suivante :

« C'est un type de développement qui prévoit des améliorations réelles de la qualité de la vie des hommes et en même temps conserve la vitalité et la diversité de la Terre. Le but est un

[6] Le Petit Larousse illustré (2000) définit l'écologie ainsi : « Science qui étudie les relations des êtres vivants avec leur environnement ».

7 Union Internationale de Conservation de la Nature, le Programme des Nations Unies pour l'Environnement et le World Wildlife Fund for Nature.

développement qui soit durable. A ce jour, cette notion paraît utopique, et pourtant elle est réalisable. De plus en plus nombreux sont ceux qui sont convaincus que c'est notre seule option rationnelle.[8] *»*

Il faut attendre 1987 pour que cette réflexion reçoive un écho, avec le rapport Brundtland (nom du 1er ministre norvégien, rapporteur du projet de la Commission mondiale pour l'environnement et le développement) intitulé « Notre avenir à tous » en français. Ce document est fondamental, car il démontre la nécessité d'inscrire le développement durable dans l'économie mondiale, en précisant les menaces qui pèsent sur l'environnement planétaire et les sociétés. Mais surtout, c'est à la suite de la publication du rapport en plus de vingt langues que l'expression « développement durable » est adoptée dans sa définition la plus commune à travers le monde :

« Un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins.[9] *»*

Cependant, 1992 est l'année qui marque réellement le départ d'une diffusion du concept, grâce à la conférence internationale des Nations Unies tenue à Rio (appelée « Sommet de la Terre »). Plus de 170 représentants de gouvernements y sont réunis et s'engagent à affronter trois grands problèmes planétaires : le changement climatique, la diversité biologique et la désertification. Par ailleurs, ils adoptent la *Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement* (cf. Annexe 1)**,** qui définit les droits et responsabilités des Etats en la matière – sans pour autant revêtir de valeur juridique – et qui établit le champ du développement durable au-delà de la définition basique du rapport Brundtland.

En effet, c'est à partir de 1992 qu'une vision tridimensionnelle apparaît indispensable pour concevoir l'idée de « durabilité », qui ne peut se réduire à la consommation prudente des ressources environnementales. Le concept de développement durable s'articule ainsi autour de trois axes essentiels et indissociables :

- *Economique* : il vise la rentabilité des activités économiques à long terme et génère une prospérité à tous les niveaux de la société.
- *Socio-culturel* : il contribue au bien–être des populations, répartit les bénéfices au sein des communautés locales, favorise le progrès, apporte une cohésion sociale et respecte les différentes cultures.

8 Cf. site du PNUE : www.unep.org

9 BRUNTLAND H. (1987), Rapport de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'ONU, 318 p.

- *Environnemental* : il valorise et préserve le cadre de vie des populations, gère les ressources naturelles et limite les pollutions.

En résumé, le développement durable implique qu'aucune croissance n'est possible à long terme sans être économiquement efficace et socialement équitable, le tout dans un environnement vivable pour tous. Plus qu'une question d'accroissement économique qui préserve la nature et sauvegarde les ressources disponibles sur la planète, ce mode de développement nécessite une réflexion sur les inégalités socio-spatiales et le respect des populations.

Par ailleurs, la Déclaration de Rio comprend 27 finalités et principes qui précisent la notion de développement durable et constituent des références pour l'action. Les principes de solidarité internationale, de responsabilité, de participation, de précaution et de pollueur-payeur font partie des plus connus d'entre eux (cf. Figure I.1). Il s'agit de valeurs fortes et universelles, qui concourent au développement durable des sociétés et que tous les Etats signataires de la déclaration sont engagés à mettre en œuvre.

Un concept non stabilisé et controversé

En ce qui concerne la France, les réflexions sur le développement durable débutent effectivement avec la préparation du Sommet de Rio, car le débat lancé par le club de Rome dans les années 1970 a peu marqué la vie politique française. Au début des années 1990, l'implication de la France se limite alors à des réflexions et des actions de sensibilisation sur la maîtrise de l'eau. Par ailleurs, des hésitations au niveau de la traduction française du concept de développement durable, qui est présenté dans le rapport Brundtland, ont introduit quelques malentendus et donnent encore lieu à des débats aujourd'hui.

Une première édition en français du rapport Brundtland, en 1987, traduit « sustainable development » en « développement durable ». Or, les deux éditions suivantes, réalisées au Québec en 1988-89, le traduisent en « développement soutenable » à la demande des auteurs. Finalement, le terme « soutenable » en français étant très éloigné du sens du terme anglais « sustainable », c'est l'expression « développement durable » proposée par l'UICN en 1980 et dans la première traduction française du rapport qui est préférée et qui s'est largement répandue dans le monde francophone et la littérature. Toutefois, la dénomination du concept et sa signification restent sans cesse en débat.

En effet, les possibilités d'interprétation sont multiples et les positions exprimées sont très diverses, et plus ou moins contradictoires. Ainsi, d'après Gendron et Revéret (2000), on distingue trois types d'acception du concept de développement durable : conservatrice, modérée et progressiste. La première acception conçoit le développement durable comme une croissance

et une rentabilité à long terme. Nombreux sont les opposants à cette vision des choses qui ne remet pas assez en question les modèles de développement économique actuels de productivisme et de globalisation, et qui limite les perspectives de protection de l'environnement. La deuxième voit le développement durable comme une simple harmonisation entre l'économie et l'environnement, mais leurs détracteurs mettent l'accent sur les liens plus étroits qui existent entre économie et société. Enfin, la conception la plus répandue est celle de l'intersection entre les logiques économiques, écologiques et sociales. Beaucoup regrettent qu'elle ne propose aucune alternative claire et qu'ainsi que le développement durable soit devenue une notion « fourre-tout », utilisée par les autorités et les entreprises pour légitimer leurs projets ou décisions dans de multiples circonstances.

Par ailleurs, des chercheurs ont conduit des travaux sur la notion même de « durabilité », ce qui a donné lieu à deux paradigmes ou scénarios[10]. Le scénario de « durabilité faible » défendu par Hartwick en 1977, dans une approche néo-classique de l'économie, suppose le maintien d'un capital constant de génération en génération, peu importe sa composition et sa répartition entre le capital social, écologique (ressources naturelles) et économique (richesse créée). À l'opposé, la « durabilité forte », défendue par Daly en 1990, se fonde sur l'idée que le capital manufacturé et le capital naturel sont complémentaires mais rejette leur substituabilité, et pose donc le maintien des ressources naturelles comme une condition incontournable. En marge de ces deux écoles de la durabilité, certains font valoir combien il est absurde de devoir traduire en termes économiques un élément tel que l'environnement pour s'assurer qu'il soit pris en compte dans les processus décisionnels et rendre les politiques publiques « efficaces ».

Aujourd'hui, le développement durable ne constitue toujours pas un concept clair, car il n'est pas définitivement stabilisé (on parle même aujourd'hui de développement « viable ») et alimente toujours de nombreuses controverses. Pour résumer, le développement doit passer par la croissance économique. Mais la performance et la rentabilité doivent être obtenues en préservant les ressources naturelles afin que les générations futures puissent disposer des conditions nécessaires à leur propre développement. Si tout le monde s'accorde sur l'idée d'une transmission aux générations futures des moyens devant assurer leur bien-être, des divergences importantes subsistent sur les contours et le contenu de ce qui doit être transmis, ainsi que sur les moyens d'y parvenir.

[10] Présentés par Gendron & Revéret (2000).

***Figure I.1* : Extraits de la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement (1992)**

Principe 7 de « responsabilité » et de « solidarité internationale »

« Les Etats doivent coopérer dans un esprit de **partenariat mondial** en vue de conserver, de protéger et de rétablir la santé et l'intégrité de l'écosystème terrestre. Etant donné la diversité des rôles joués dans la dégradation de l'environnement mondial, les Etats ont des **responsabilités communes mais différenciées**. Les pays développés admettent la responsabilité qui leur incombe dans l'**effort international** en faveur du développement durable, compte tenu des pressions que leurs sociétés exercent sur l'environnement mondial et des techniques et des ressources financières dont ils disposent. »

Principe 10 de « participation »

« La meilleure façon de traiter des questions d'environnement est d'assurer **la participation de tous les citoyens concernés, au niveau qui convient**. Au niveau national, chaque individu doit avoir dûment accès aux informations relatives à l'environnement que détiennent les autorités publiques, y compris aux informations relatives aux substances et activités dangereuses dans leurs collectivités, et avoir la possibilité de participer aux processus de décisions. Les Etats doivent faciliter et **encourager la sensibilisation et la participation du public** en mettant les informations à disposition de celui-ci. Un accès effectif à des actions judiciaires et administratives, notamment des réparations et des recours, doit être assuré. »

Principe 15 de « précaution »

« Pour protéger l'environnement, des mesures de précaution doivent être largement appliquées par les Etats selon leurs capacités. En cas de risque de dommages graves ou irréversibles, l'absence de certitude scientifique absolue ne doit pas servir de prétexte pour remettre à plus tard **l'adoption de mesures effectives visant à prévenir la dégradation de l'environnement.** »

Principe 16 du « pollueur-payeur »

« Les autorités nationales devraient s'efforcer de promouvoir l'internalisation des coûts de protection de l'environnement et l'utilisation d'**instruments économiques**, en vertu du principe selon lequel **c'est le pollueur qui doit, en principe, assumer le coût de la pollution**, dans le souci de l'intérêt public et sans fausser le jeu du commerce international et de l'investissement. »

Source : site Internet des Nations Unies.

2. Le tourisme, vecteur de développement durable ?

Derrière l'instauration du développement durable comme nouveau mode de pensée se trouve un véritable défi à l'échelle planétaire : conjuguer progrès des sociétés, croissance économique équitable et préservation de l'environnement. La majorité des secteurs de l'économie doivent ainsi mener une réflexion de fond sur leurs modes de production afin de prendre en compte les trois piliers du développement durable, le tourisme n'y échappant pas. À vrai dire, le secteur touristique entretient une relation complexe avec les territoires, car il est à la fois un facteur de développement et une source de nuisances fortes. Pourtant, il faut attendre le début des années 2000 pour que le « tourisme durable » fasse l'objet de réflexions gouvernementales.

Les multiples enjeux d'un développement touristique durable

Dans leur publication *Vers un tourisme durable – Guide à l'usage des décideurs,* le PNUE et l'OMT (2006) insistent sur la relation particulière qui existe entre tourisme et développement durable. En effet, trois éléments les mènent à considérer le tourisme comme un secteur dont la durabilité est face à de véritables défis :

- Le tourisme implique de multiples *interactions*, de manière directe ou indirecte, entre les visiteurs, les communautés d'accueil et leur environnement local.
- Les pratiques touristiques permettent une *sensibilisation* des visiteurs et des hôtes aux problèmes environnementaux et aux différences socioculturelles.
- Le secteur du tourisme est *dépendant* de la qualité de l'environnement et de l'accueil au sein des destinations.

Ainsi, le tourisme peut être à l'origine de retombées locales très positives en créant des emplois, en valorisant les ressources naturelles et culturelles, en favorisant les échanges interculturels. A l'inverse, il peut aussi constituer un facteur de déséquilibres et globaux, et c'est ce constat qui a contribué à l'émergence de la notion de « tourisme durable ».

L'industrie du tourisme est fondée sur le déplacement d'individus vers des destinations de séjour : 880 millions d'arrivées internationales de visiteurs ont ainsi été estimées par l'OMT pour l'année 2009[11]. Ces migrations touristiques impliquent l'utilisation de modes de transports, tels que l'automobile et l'avion – réducteur par excellence de l'espace-temps – qui occasionnent une grande consommation de pétrole, une source d'énergie non renouvelable. De plus, le tourisme international est à l'origine d'un peu moins de 5% des émissions mondiales de gaz à

11 Cf. site de l'OMT : www.unwto.org.

effet de serre (GES), soit 1,3 milliards de tonnes par an, les trois quarts provenant du transport de touristes (40% dû à l'aérien et 32% dû aux transports routiers). Ainsi, à l'occasion de la conférence de Davos sur le changement climatique et le tourisme tenue en 2007, l'OMT a estimé que si la croissance du tourisme se poursuit, les émissions de GES du secteur augmenteront de 130% d'ici 2035[12]. La question des transports est donc le témoin des rapports ambigus que le tourisme entretient avec l'environnement et impose des efforts pour la construction d'un tourisme durable.

De plus, le tourisme provoque une concentration des touristes sur des espaces limités et sur des périodes restreintes, et se base sur le contact entre le touriste et la société d'accueil. Le développement d'activités touristiques est donc un facteur de pression, situé à l'origine de profondes transformations des paysages, des milieux, du fonctionnement social, des pratiques culturelles et des valeurs traditionnelles. Ces rapports plus ou moins conflictuels sont de plus en plus dénoncés. Marie Lequin (2000), professeur à l'université du Québec, déclare ainsi au sujet de la pression générée par le tourisme de masse (type de tourisme caractérisé par une concentration de lieux de villégiature sur un espace limité et populaire, où séjourne un nombre relativement important de touristes) : *« En raison de son volume, il peut contribuer à la dégradation des sols, provoquer une certaine inflation économique à l'échelle locale ainsi qu'élargir le fossé culturel entre les communautés locales et les visiteurs ».* La mise en place d'un tourisme conforme aux principes du développement durable constitue donc un enjeu majeur à l'échelle mondiale, d'autant qu'il s'agit d'un phénomène international en très forte croissance.

Par ailleurs, le développement durable devient une réelle préoccupation pour les touristes, qui commencent à intégrer l'impact environnemental de leurs trajets et de leurs pratiques touristiques. Ils sont donc de plus en plus nombreux à sélectionner leurs destinations, leurs modes de transport, leurs types d'hébergement ou encore leurs activités sportives et récréatives en fonction de leurs critères de développement durable. Quant aux plus exigeants, ils se réfèrent à des labels « écologiques » connus du grand public tels que l'Ecolabel européen, afin de choisir des prestataires engagés et voyager de manière plus responsable. Le marché du tourisme doit impérativement répondre à cette évolution de la demande mais aussi la précéder par une offre innovante en matière de tourisme durable.

Parallèlement à cette prise de conscience des touristes, les professionnels du secteur du tourisme cherchent des pratiques plus durables car leur activité s'appuie sur la qualité de l'environnement naturel et du patrimoine. Ils saisissent donc tout l'intérêt de s'engager à développer les destinations tout en préservant un capital commun, qu'il soit écologique –

12 Idem.

ressources et paysages – ou socioculturel. Bien entendu, les entreprises touristiques ont aussi compris qu'en affichant une démarche « éco-responsable » ou de tourisme durable, elles disposent désormais d'un véritable avantage concurrentiel sur le marché, tout comme les destinations nationales ou régionales dites « vertes ».

Ainsi, le développement du tourisme porte de réels enjeux écologiques, sociaux et économiques, en France comme ailleurs, ce qui justifie la construction d'une notion de tourisme durable dans la lignée des réflexions sur le développement durable. D'après Knafou (2007), il s'agirait alors d'une application directe des principes du développement durable au champ du tourisme. Mais la difficulté à fixer ce premier concept a favorisé l'émergence d'une notion large et mouvante du « tourisme durable » parmi les acteurs du tourisme.

Premières réflexions autour du « tourisme durable »

Bien qu'il s'agisse d'un thème incontournable, le tourisme ne fait pas partie des préoccupations majeures de la conférence de Rio sur le développement durable en 1992. Néanmoins, une réflexion sur la notion de tourisme durable est lancée par les grandes institutions internationales dès la fin des années 1990 et s'officialise à partir des années 2000.

Le premier pas vers une définition du tourisme durable est accompli par le PNUE, l'OMT et l'UNESCO[13], qui se réunissent en 1995 à Lanzarote (Canaries) et produisent une *Charte du tourisme durable* (cf. Annexe 2) constituant un appel aux pouvoirs publics, à tous les acteurs du tourisme et aux touristes à travers le monde. Elle reprend ainsi le triptyque du concept de développement durable en l'appliquant au tourisme :

« Le développement touristique doit reposer sur des critères de durabilité ; il doit être supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales. »

Cette charte reconnaît également que « le tourisme étant un puissant instrument de développement, il peut et doit jouer un rôle actif dans la stratégie de développement durable ». Cependant, les 18 principes et objectifs de ce texte, qui sont ensuite adoptés par les Nations Unies, ne fournissent pas de critères détaillés dont le respect pourrait assurer le développement touristique durable d'un territoire donné. En fait, le tourisme durable est un concept qui est fixé tardivement, à partir des années 2000, que ce soit au niveau international, européen ou français.

En 2002, le Sommet mondial pour le développement durable (SMDD) est tenu à Johannesburg dans l'objectif d'évaluer la mise en œuvre des principes de Rio par les

13 Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et le Culture.

gouvernements, les acteurs privés et la société civile, et pour renouveler les engagements internationaux. La dimension culturelle est alors ajoutée aux composantes essentielles du développement durable. De plus, dans un document préparatoire[14] de ce sommet, l'OMT rappelle que le tourisme est considéré comme l'industrie la plus importante au monde et que les touristes sélectionnent leurs destinations « avec un souci accru de l'expérience touristique et de sa qualité et un plus grand intérêt pour l'environnement, la culture traditionnelle et la population locale ». Ces évolutions annoncent une nouvelle place accordée à la « durabilité » du tourisme au niveau mondial ainsi qu'une reconnaissance accrue de la notion de tourisme durable.

Bien qu'il s'agisse d'un des thèmes développés, le secteur touristique ne constitue pas un chapitre au sein du Plan d'actions du SMDD. Il est alors question de promouvoir le développement du tourisme durable, « pour accroître les bienfaits des ressources touristiques au profit de la population des localités d'accueil tout en préservant l'intégrité culturelle et environnementale de ces dernières et en améliorant la protection des zones écologiquement fragiles et des patrimoines naturels », mais aussi « afin de contribuer au renforcement des populations rurales et locales»[15]. Plus qu'un respect de l'environnement et des identités socio-culturelles locales, les Nations Unies confient donc au tourisme durable une nouvelle responsabilité : la protection et la gestion des ressources naturelles pour améliorer la qualité de vie des communautés d'accueil.

L'officialisation tardive d'un concept ouvert

Ce n'est qu'en 2004 qu'une définition officielle est publiée par l'OMT, qui replace le tourisme durable au sein des trois piliers du développement durable (cf. Figure I.2) et apporte de nouveaux éléments nécessaires à la construction et à l'appropriation du concept. Tout d'abord, l'OMT précise que la satisfaction et la sensibilisation des touristes aux pratiques durables sont essentielles, ce qui n'avait pas été évoqué jusqu'ici par les discours officiels. Mais surtout, cette définition insiste sur le fait que le tourisme durable n'est ni une forme spécifique de tourisme, ni une nouvelle filière de l'industrie touristique, car les principes et pratiques de durabilité « sont applicables à toutes les formes de tourisme et dans tous les types de destinations ». Cette précision est très importante car elle implique que le tourisme durable concerne la globalité du secteur du tourisme, y compris le tourisme de masse, le tourisme sportif ou encore le tourisme urbain. Il ne s'agit donc pas de réduire le tourisme durable aux pratiques

14 Cf. Contributions de l'OMT au Sommet mondial pour le développement durable, p.7.

15 Cf. le Rapport du Sommet mondial pour le développement durable de Johannesburg, p.42-43.

du tourisme vert ou encore à des marchés de niche de l'industrie touristique tels que l'écotourisme[16] ou le tourisme équitable[17].

En 2006, la définition qui est adoptée par le Comité français sur le tourisme durable raccourcit celle de l'OMT, mais elle l'inscrit *« dans une dynamique qui articule des modes de production et de consommation responsables »* et précise que le développement touristique doit s'intégrer à l'économie du territoire touristique à long terme. De plus, la définition française insiste sur le fait que le tourisme durable implique des aménagements et une gestion adaptés, et conformes aux critères de durabilité. Enfin, la France ajoute que la « participation des acteurs locaux » vise ici à concilier le développement touristique avec les « besoins et capacités du territoire », ce qui introduit la notion de seuils à ne pas franchir. Malgré un certain retard dans la fixation du concept, qui a eu lieu quinze ans après les réflexions de Rio, la France s'est clairement positionnée au sein du cadre conceptuel du tourisme durable.

Loin d'être inconciliables, les notions de développement durable et de développement touristique se sont donc rapprochées depuis une quinzaine d'années. Les multiples enjeux de l'industrie touristique ont donné naissance à un concept de tourisme durable qui constitue une nouvelle démarche de développement et qui est de plus en plus revendiquée. En effet, le tourisme est vu par les institutions internationales et françaises comme un vecteur de développement économique mais aussi de progrès social et de protection de l'ensemble du patrimoine (naturel et culturel). Le concept étant applicable à toutes les formes de tourisme, la durabilité de toutes les destinations touristiques est alors envisageable grâce à une gestion touristique réfléchie. Cependant, des précisions au sujet du tourisme durable, tel qu'il est défini par les institutions, doivent être apportées avant d'analyser les modalités de son application.

16 L'écotourisme se distingue du tourisme durable en répondant à quatre principes : 1) il contribue activement à la protection du patrimoine naturel et culturel ; 2) il inclut les communautés locales et indigènes dans sa planification, son développement et son exploitation, et contribue à son bien-être ; 3) il propose aux visiteurs une interprétation de tous les types de patrimoine; 4) il se prête mieux à la pratique du voyage individuel ainsi qu'aux voyages organisés pour de petits groupes (Tardif, 2003).

17 Sur son site Internet, la Plate-forme de Commerce équitable (PFCE) fournit cette définition : « Le tourisme équitable est un ensemble d'activités de services touristiques, proposé par des opérateurs touristiques à des voyageurs responsables, et élaboré par les communautés locales. Les bénéfices sociaux, culturels et financiers de ces activités doivent être perçus en grande partie localement, et équitablement partagés entre les membres de la communauté. Ces communautés participent aussi à leur gestion en limitant au maximum les intermédiaires non concernés par cette forme de tourisme.»

Figure I.2 : La conceptualisation du tourisme durable par l’OMT et la France

Définition officielle de l’OMT (août 2004)

« Les principes directeurs du développement durable et les pratiques de gestion durable du tourisme sont **applicables à toutes les formes de tourisme dans tous les types de destination**, y compris au tourisme de masse et aux divers créneaux touristiques. Les principes de durabilité concernent les aspects environnemental, économique et socioculturel du développement du tourisme. Pour garantir sur le long terme la durabilité de ce dernier, il faut parvenir au bon équilibre entre ces trois aspects. Par conséquent, le tourisme durable doit :

1) **exploiter de façon optimale les ressources de l'environnement** qui constitue un élément clé de la mise en valeur touristique, en préservant les processus écologiques essentiels et en aidant à sauvegarder les ressources naturelles et la biodiversité ;
2) **respecter l'authenticité socioculturelle** des communautés d'accueil, conserver leurs atouts culturels bâti et vivant et leurs valeurs traditionnelles et contribuer à l'entente et à la tolérance interculturelles ;
3) **assurer une activité économique viable** sur le long terme offrant à toutes les parties prenantes des avantages socioéconomiques équitablement répartis, notamment des emplois stables, des possibilités de bénéfices et des services sociaux pour les communautés d'accueil, et contribuant ainsi à la réduction de la pauvreté.

Le développement durable du tourisme **requiert la participation, en connaissance de cause, de tous les acteurs concernés,** ainsi qu’une **forte direction politique** pour assurer une large participation et l’existence d’un consensus. Le tourisme durable est le fruit d’efforts permanents et il exige le contrôle constant des effets de cette activité, ce qui suppose l’adoption, chaque fois qu’il y lieu, des mesures préventives et/ou correctrices nécessaires.

Le tourisme durable devrait aussi **satisfaire, au plus haut niveau possible, les touristes**, et représenter pour eux une expérience utile en leur faisant prendre davantage conscience des problèmes de durabilité et en encourageant parmi eux les pratiques adaptées. »

Définition simplifiée du Comité français sur le tourisme durable (juillet 2006)

« On entend par développement du tourisme durable toute forme de développement de cette activité touristique qui respecte, préserve et mette en valeur à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales d’un territoire. Le développement du tourisme durable **doit s’inscrire dans une dynamique qui articule des modes de production et de consommation responsables**, tout en offrant aux populations qui vivent, travaillent ou séjournent sur cet espace des avantages socioéconomiques équitablement répartis.
Ce développement **suppose un aménagement et une gestion intégrée des ressources** ainsi que la **participation des acteurs locaux**, afin de concilier sa mise en œuvre avec les besoins et capacités du territoire. »

Source : www.veilleinfotourisme.fr

3. *Le choix d'un cadre théorique transversal et discuté*

La définition du tourisme durable de l'OMT, constituera le cadre théorique de ce mémoire de recherche. Il sera donc admis que le tourisme durable, ou développement touristique durable, est basé sur la vision tripolaire du développement durable qui a été exposée lors de la conférence de Rio : il repose sur la mise en place d'une économie viable et équitable, sur le respect des identités socioculturelles et sur la protection de l'environnement. Cependant, le tourisme durable est également associé à d'autres notions et peut être abordé sous divers angles, ce qui nécessite un positionnement clair avant de poursuivre la réflexion.

Éthique et tourisme durable

D'après l'AFIT (2001), faire du développement durable appliqué au tourisme implique de s'appuyer sur les équilibres économiques, environnementaux, sociaux et éthiques. La dimension éthique est présentée comme indissociable des trois autres et comme le quatrième pilier de base du développement durable. L'éthique dans le tourisme sous-entend alors le respect de principes tels que : créer un climat de confiance par la transparence, faire preuve de solidarité envers les générations futures et les pays moins développés, démontrer une certaine tolérance envers tous les acteurs impliqués, assurer une gouvernance locale, etc.

En effet, il est indiscutable que la prise en compte de principes éthiques, comme ceux qui ont été adoptés par la Déclaration de Rio, est essentielle à la durabilité du développement touristique. Néanmoins, en tant que propriété intrinsèque du tourisme durable, l'éthique doit prévaloir et englober toute considération économique, environnementale ou sociale, et non pas s'y ajouter. Ainsi, ce mémoire n'abordera pas la question du respect de l'éthique dans le tourisme, ce qui a par ailleurs déjà fait l'objet de travaux spécifiques.

L'articulation de douze objectifs

Conformément aux travaux présentés par le PNUE et l'ICLEI[18] en 2007, le tourisme durable sera vu comme l'articulation de douze objectifs plus ou moins reliés aux dimensions économique, socio-culturelle et environnementale :

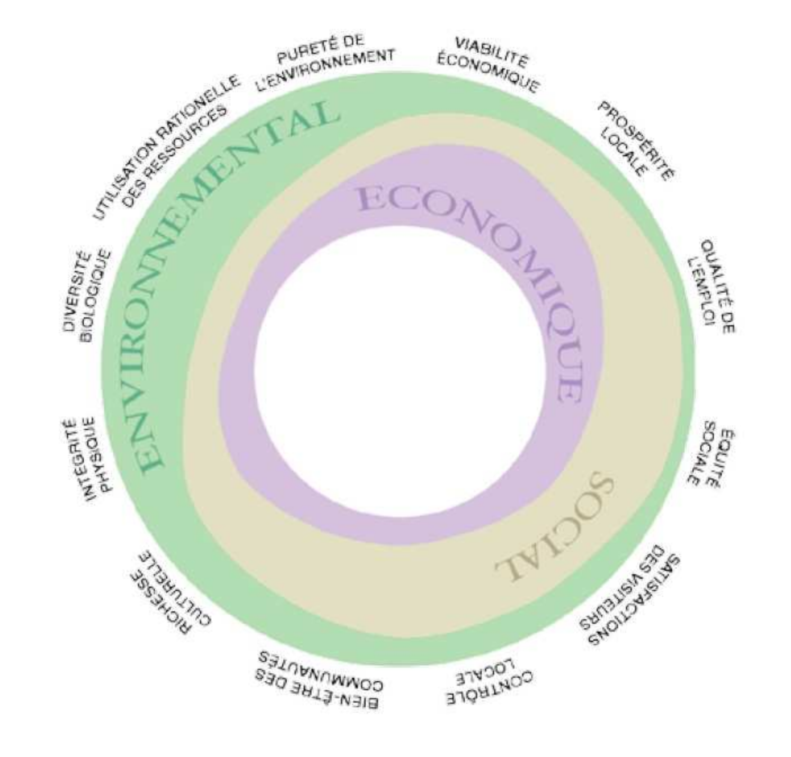
1. Viabilité et compétitivité économique des destinations et entreprises touristiques
2. Prospérité économique au niveau local
3. Qualité de l'emploi touristique
4. Équité sociale et économique au sein des communautés locales
5. Satisfaction des visiteurs

18 Conseil International pour les Initiatives Écologiques Locales.

6. Contrôle local du tourisme
7. Bien-être et qualité de vie des communautés locales
8. Richesse culturelle
9. Intégrité physique des destinations
10. Diversité biologique
11. Utilisation rationnelle des ressources
12. Pureté de l'environnement.

Ces objectifs sont une preuve de la transversalité du concept et de la proximité des trois piliers de base entre eux, ce qui requiert de se placer dans une approche globale du tourisme. En effet, s'assurer du bien-être des populations, par exemple, implique de leur offrir des possibilités de progrès social grâce au tourisme mais dépend également de la gestion environnementale et des ressources locales qui impacte leur cadre de vie. Quant aux questions de qualité de l'emploi touristique et d'équité sociale, elles sont liées à la viabilité économique des entreprises, qui elle-même est liée à un environnement attractif pour des visiteurs. Cette combinaison des objectifs et des dimensions du développement durable a par ailleurs donné lieu à un schéma, qui est désormais utilisé par les acteurs du tourisme durable (cf. Figure I.3).

<u>Figure I.3</u> : Les douze objectifs et les trois dimensions du tourisme durable



Source : PNUE/ICLEI. 2007.

Des angles de vue multiples mais incontournables

Au-delà de ses trois dimensions et de ses douze objectifs, la durabilité touristique sera également abordée sous l'angle de ses parties prenantes ou acteurs-clés. D'une part, l'activité touristique doit elle-même être rentable, constituer une source de revenus à long terme pour être qualifiée de durable, par conséquent les entreprises touristiques sont les premières à être engagées. D'autre part, le secteur du tourisme doit contribuer au développement durable des territoires en mettant en valeur le patrimoine local et en améliorant la qualité de vie, ce qui suppose l'implication des décideurs politiques et des habitants. Enfin, le tourisme durable nécessite une sensibilisation et une participation active des touristes qui font vivre ce secteur. Professionnels du tourisme, destinations et touristes peuvent ainsi constituer les autres trois composantes élémentaires du tourisme durable : elles forment le socle du concept, elles en assurent le soutien et la réalisation effective.

Par ailleurs, il est utile de préciser que la durabilité du tourisme peut aussi être entendue de deux manières, temporelle et spatiale, qui ne sont pas contradictoires. D'une part, le tourisme est considéré comme durable, à proprement parler, lorsque l'activité économique en elle-même reste rentable à long terme et qu'elle ne décline pas. D'autre part, on parle de durabilité du tourisme lorsque l'activité touristique est « soutenable », en ce sens qu'elle devient un véritable facteur de développement pour un territoire et de progrès pour sa population à un moment donné. Ce mémoire ne se positionnera pas dans le débat sur la durabilité appliquée au tourisme, mais c'est principalement dans une approche spatiale que cette notion sera utilisée.

Par ailleurs, Knafou (2007) souligne que les conceptions varient en fonction du niveau de développement économique. Dans les pays « riches », la prise en compte de l'environnement serait prépondérante dans le développement du tourisme durable. Pour les pays « pauvres » où le tourisme international est relativement faible, la durabilité passerait surtout par un tourisme équitable et solidaire afin d'assurer une participation des populations locales aux bénéfices économiques. Enfin, au sein les grands pays en développement, le tourisme durable demanderait de faire face à des défis de nature environnementale dont la prise de conscience est encore faible. En ce qui concerne la France, il serait donc important de veiller à ce que le volet « environnement » ne domine pas les démarches de développement touristique durable.

Le concept de tourisme durable présente donc de multiples facettes : il concerne les trois dimensions (environnementale, économique, socioculturelle) du développement durable, toutes les formes de tourisme (balnéaire, sportif, urbain, etc.) et tous les types d'acteurs du tourisme (entreprises, pouvoirs publics, habitants, touristes), le tout dans un respect de valeurs éthiques.

Cette transversalité amènera donc à considérer le tourisme durable comme une nouvelle approche du développement et de la gestion du tourisme. En effet, le concept de tourisme durable n'a pas été élaboré pour définir un état d'équilibre à atteindre, mais comme un autre mode de développement touristique qui entraîne un processus global d'amélioration au sein des destinations. Selon ODIT France (2006), *« le tourisme durable est un processus ; c'est une façon de faire, de construire, de collaborer, de choisir »,* ce qui implique une dynamique de progression vers une plus grande durabilité du tourisme. Ainsi, les institutions internationales puis européennes ont cherché à lancer cette dynamique et à rendre la « théorie » du tourisme durable plus concrète.

B. Une application du développement durable au tourisme instrumentalisée par les institutions et gouvernements

Les organisations internationales – PNUE, PNUD, OMT, UNESCO – ont joué un grand rôle dans l'émergence et la définition du concept de développement durable du tourisme, mais aussi dans le cadrage des démarches nationales et locales de tourisme durable grâce à la construction d'outils et de réseaux d'experts. Par ailleurs, l'Europe s'est aussi positionnée à partir des années 2000 en proposant une stratégie communautaire de tourisme durable. Il semble nécessaire de rappeler ce cadre supranational avant d'étudier le cadre stratégique de la France en matière de développement durable et de tourisme.

1. L'Agenda 21 : principal levier de développement durable

Le Sommet de Rio de 1992 a non seulement posé les fondements du concept de développement durable à l'échelle mondiale, il a également engagé les Etats à coopérer dans ce sens en les dotant d'un instrument d'action publique : l'Agenda 21[19]. Il s'agit d'un autre rapport associé à la conférence internationale, qui fixe un programme d'actions pour le 21ème siècle et visant à un développement durable au niveau global. On trouve dans ce programme plus de 2500 recommandations pratiques touchant à des domaines très variés tels que la santé et le

19 *Agenda 21* est la version anglaise d'*Action 21*.

logement, la gestion des mers, forêts et montagnes ainsi que des ressources naturelles, les problèmes de pollution de l'air et de déchets, des domaines plus ou moins liés au tourisme.

Développement durable, tourisme et Agenda 21 local

Comme la Déclaration de Rio, l'Agenda 21 n'est ni prescriptif ni juridiquement contraignant, mais il constitue la référence fournie par les Nations Unies afin de mettre en œuvre le développement durable à différents niveaux de territoire. Dans le chapitre 28 de ce programme, les collectivités territoriales des Etats signataires sont ainsi invitées à mettre en place un Agenda 21 à leur échelle, qui est alors appelé Agenda 21 local. Outre les services publics, cela nécessite l'implication des entreprises privées et publiques, des associations, des organisations non-gouvernementales, des chercheurs et des citoyens, autrement dit de chacun des acteurs de la société civile.

Dans de nombreux pays, la décentralisation des pouvoirs publics exige que les collectivités locales améliorent leurs capacités à mettre en œuvre le développement durable sur leurs territoires. La mise en place d'un Agenda 21 local peut alors constituer le départ d'une stratégie globale incluant le développement du tourisme durable. C'est pourquoi le PNUE et l'ICLEI ont publié en 2003 un guide international sous le titre *Tourism and Local Agenda 21 – The role of local authorities in sustainable tourism.* Les démarches d'Agenda 21 local y sont présentées comme *« les mécanismes les plus efficaces que les collectivités peuvent mettre en œuvre afin de garantir la maîtrise du tourisme et de ses impacts sur le long terme »* au sein des destinations touristiques. En effet, l'Agenda 21 est une approche globale du développement territorial qui, lorsqu'il est méthodiquement mis en place et rigoureusement mis en œuvre (cf. Figure I.4), peut impulser une véritable dynamique de développement durable du tourisme.

Ainsi l'Agenda 21, qui a été élaboré à l'échelle internationale puis mis à disposition des gouvernements et collectivités à l'échelle locale, est devenu le principal levier d'action politique en matière de développement durable des destinations touristiques. Il ne s'agit pas nécessairement de développer une stratégie spécifique de tourisme durable mais d'insérer les activités touristiques de manière transversale au développement global des destinations, en adhérant aux principes de durabilité. Toutefois, ce type de démarche peut aussi être mise en place dans l'objectif d'une application directe et exclusive au secteur du tourisme.

Figure I.4 : Tourisme et Agenda 21 local

Les cinq étapes de mise en place du programme

1. Constitution d'un **comité Agenda 21** et/ou de groupes de travail.

2. Consultation des acteurs et analyse des principaux problèmes locaux.

3. Identification des **objectifs** et proposition d'actions pour le territoire.

4. Intégration de ces objectifs et actions dans le **Plan d'action** de l'Agenda 21 local.

5. Exécution du plan d'action, avec l'implication de tous les acteurs concernés.

Les trois conditions de réussite

- Etablir des **structures efficaces** pour assurer la participation des multiples acteurs, dans l'orientation du secteur du tourisme mais aussi dans le développement et la gestion du tourisme.

- Elaborer une **stratégie de tourisme durable** au sein d'une stratégie plus large de développement durable, qui reflète les points de vue des diverses parties prenantes et qui intègre le tourisme aux autres fonctions du territoire.

- Identifier et appliquer une **série d'actions** en accord avec la stratégie, ayant pour but la durabilité économique, sociale et environnementale du tourisme sur le territoire.

Source : PNUE & ICLEI, 2003.

Un Agenda 21 pour le tourisme durable en Europe

Le tourisme durable devient progressivement une priorité pour la Commission Européenne, qui a décidé de créer un groupe de réflexion dédié à « la promotion de la protection de l'environnement et du développement durable en matière de tourisme » dès 1999. D'après la Direction du Tourisme, ce groupe a eu pour mandat *« de définir la durabilité en matière de tourisme, d'identifier les stratégies pertinentes à différentes échelles pour promouvoir le développement durable du tourisme, d'évaluer la contribution existante et potentielle relevant des politiques et programmes communautaires, et de proposer des recommandations pour une meilleure utilisation des instruments et programmes communautaires ».*

Cela a donné lieu à un diagnostic de la situation relative à la protection de l'environnement et au développement durable du tourisme dans les pays de l'Union européenne, ainsi qu'au rapport *Vers un Agenda 21 européen du Tourisme* (juin 2001), qui présente les enjeux d'un développement touristique durable en Europe et propose les grands principes et objectifs d'un Agenda 21 communautaire.

En 2003, un processus d'Agenda 21 pour le tourisme durable en Europe est donc lancé en s'appuyant sur les propositions et recommandations du « Tourism Sustainability Group » constitué d'experts représentant l'ensemble des acteurs et espaces touristiques européens. Ce groupe, mis en place en février 2005, a adopté un rapport final en février 2007 qui identifie les lignes directrices de pratiques durables des entreprises et des touristes et qui fait des propositions concernant les actions à mener par les Etats membres et par la Commission Européenne. Sur la base de ce rapport[20], mais également des résultats d'une consultation publique lancée auprès de tous les acteurs européens concernés, un *Agenda pour un tourisme européen durable et compétitif* a finalement été adopté et lancé officiellement en octobre 2007[21].

Ainsi, la Commission Européenne a établi cet Agenda comme un cadre d'objectifs pour la mise en œuvre des politiques et actions européennes de soutien dans le domaine du tourisme et dans tous les autres domaines ayant un impact sur le tourisme et sa durabilité (tels que l'aménagement du territoire, les infrastructures et les services). Les principes méthodologiques que la Commission invite tous les acteurs à suivre pour atteindre l'objectif d'un tourisme compétitif et durable en Europe prennent en compte les ceux de la Déclaration de Rio (cf. Annexe 3):

- Adopter une approche globale et intégrée
- Planifier sur le long terme
- Parvenir à un bon rythme de développement
- Faire intervenir toutes les parties intéressées (principe de participation)
- Utiliser les meilleures connaissances disponibles
- Minimiser et gérer les risques (principe de précaution)
- Répercuter les effets sur les coûts (principe du pollueur payeur)
- Le cas échéant, fixer des limites et les respecter
- Procéder à un contrôle permanent

Afin d'inciter les acteurs à produire du savoir en matière de durabilité et de compétitivité du tourisme et à le partager, la Commission a décidé de soutenir activement des initiatives suivantes telles que [22]:

- l'organisation de conférences, d'études et la publication d'un manuel sur l'espace de professionnalisation du tourisme ;

[20] IIntitulé « Agir pour un tourisme européen plus durable »

[21] Par la Communication de la Commission des Communautés Européennes, COM (2007) 621 final, Bruxelles, 11 p.

[22] Source : http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/industry/l10132_fr.htm.

- la coopération entre les universités, instituts de recherche, observatoires publics et privés, l'enseignement dans le domaine du tourisme et la formation transnationale ;
- la formation d'alliances entre diverses destinations, le renforcement ou la création de plateformes ;
- l'organisation du Forum européen annuel du tourisme ;
- l'utilisation des rapports annuels des États membres ;
- la collecte et la fourniture de données statistiques et géographiques et l'activité d'observatoires ;
- le partage des bonnes pratiques avec les organisations internationales.

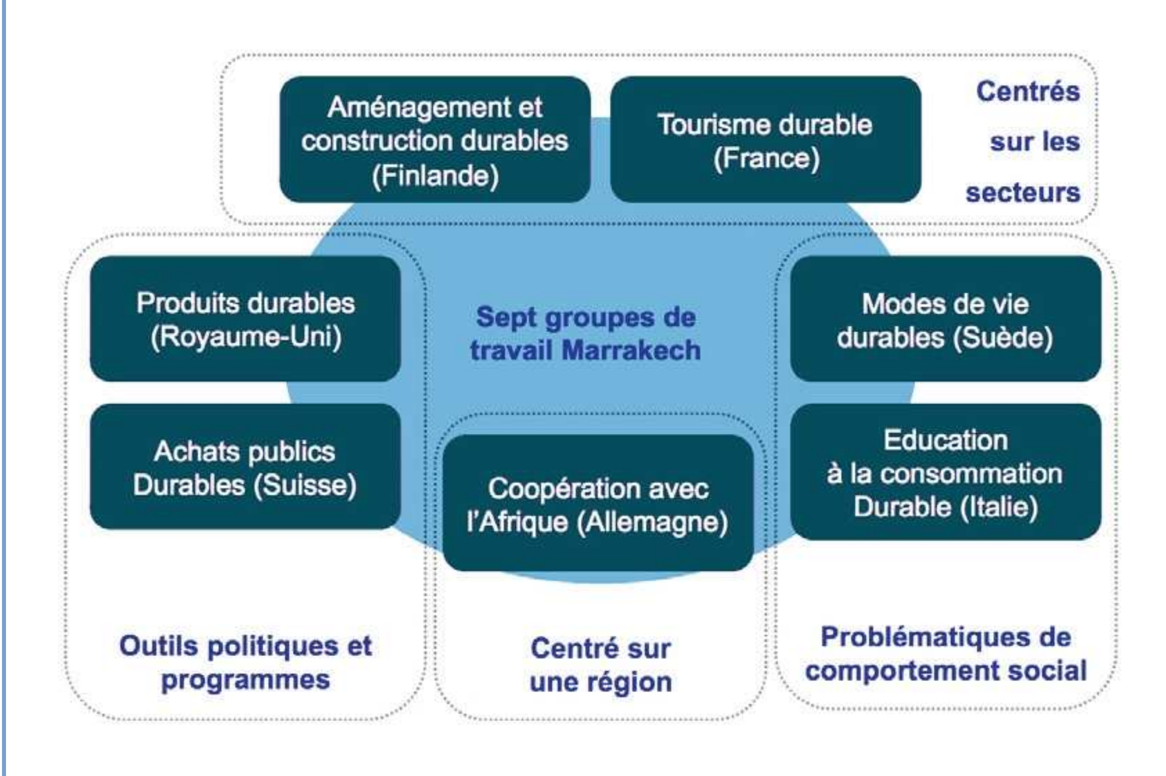
C'est dans le cadre de cet Agenda 21 européen du tourisme durable que la Commission Européenne a reconnu sa capacité d'action en faveur de la durabilité du tourisme au sein des Etats membres de l'Union Européenne, au moyen de politiques communautaires adaptées en matière d'environnement, de transports, d'emploi ou encore de recherche. Par ailleurs, les pays européens et tout particulièrement la France ont aussi été amenés à collaborer en faveur du tourisme durable dans le cadre du « Processus de Marrakech ».

2. L'intégration du tourisme durable au processus de Marrakech

Dix années après la proposition de l'Agenda 21 et en réponse à l'appel du Sommet de Johannesburg en 2002, le PNUE a impulsé une véritable coopération internationale pour le développement durable. En effet, avec le département économique et social des Nations Unies (UNDESA), le « processus de Marrakech » a été engagé afin d'aboutir à un plan-cadre décennal de programmes ayant pour ambition le soutien des initiatives nationales et régionales vers un passage à des modes de production et de consommation durables.

L'élément de coopération initié par ce processus est la création de groupes de travail multipartites et volontaires représentant des pays développés et en développement, appelés « task forces ». L'objectif de ces groupes est d'élaborer et tester des outils stratégiques de consommation et de production durables, mais également de renforcer les capacités à les appliquer, grâce un échange de connaissances et de bonnes pratiques entre territoires et acteurs. Ainsi, ces groupes soutiennent l'exécution de projets concrets autour de sept thèmes spécifiques, un pays de référence étant mandaté par le PNUE et l'UNDESA pour assumer une mission de pilotage au sein de chacun d'eux (cf. Figure I.5).

Figure I.5 : Les « Task Forces » du processus de Marrakech



Source : PNUE

Ainsi, le gouvernement français a souhaité initier et présider le Groupe de travail international sur le thème du développement du tourisme durable (GTI-DTD). Son objectif est alors : « 1) d'encourager la mise en œuvre d'actions qui promeuvent le tourisme durable par l'élaboration d'outils de soutien et 2) de présenter de nouvelles initiatives et de soutenir les initiatives existantes susceptibles d'inciter d'autres pays à reproduire les projets pilotes et les bonnes pratiques dans d'autres pays »[23]. Le GTI-DTD a alors axé son travail sur quatre priorités : tourisme et changement climatique, tourisme et biodiversité, patrimoine culturel et naturel mondial, gouvernance locale du tourisme durable.

Dans le cadre de cet engagement de la France dans le processus de Marrakech, le Comité français pour le développement durable du tourisme a été formé en mai 2006 avec les principaux partenaires français concernés par le développement durable du tourisme. D'après ODIT France (2007), ce comité national est « composé de membres représentant les différents ministères et organismes publics compétents, des groupements d'entreprises et associations de

23 Cf. site du PNUE.

professionnels du secteur, des organisations non gouvernementales » et il encourage des actions qui sont communes aux secteurs public et privé du tourisme. Une partie de leurs travaux sur les bonnes pratiques de tourisme durable a ainsi été publiée en 2007, au sein du guide de savoir d'ODIT France intitulé *Tourisme et développement durable – L'expérience française.*

Ainsi, le Comité français et l'ensemble du GTI-DTD ont mené tout un programme de travail sur trois ans entre 2006 et 2009. Une campagne en ligne – Passeport Vert – visant à sensibiliser les touristes internationaux au choix de vacances responsables a par exemple été menée. Mais ce travail a surtout abouti à des outils et recommandations et au soutien de projets tels que la création d'un Réseau d'Investissement et de financement durables dans le tourisme (SIFT) afin d'intégrer la durabilité dans les investissements et le financement du développement du tourisme. Le principal résultat de ce réseau est l'établissement d'une norme commune et volontaire encourageant une plus grande durabilité dans les investissements touristiques[24].

A terme, les orientations politiques sur le développement durable du tourisme élaborées par le GTI-DTD sont destinées à intégrer le Plan-cadre Décennal de programmes de consommation et de production durable examiné par la Commission du développement durable des Nations Unies. Bien que fondé sur des groupes de travail volontaires, le processus de Marrakech a donc permis une coopération internationale, dans l'objectif de traduire concrètement et efficacement le concept de tourisme durable. Cela a également constitué l'occasion pour le gouvernement Français de commencer à manifester son engagement en faveur du développement durable du tourisme.

3. La construction d'un cadre politique et juridique pour la mise en oeuvre d'un développement durable en France

Malgré la multiplication des outils et initiatives aux niveaux européen et international, les questions de développement durable et de durabilité *dans* et *par* le tourisme ont tardé à faire partie d'une stratégie nationale effective en France. Fin 1996, une première Stratégie nationale de développement durable (SNDD) a été validée sur la base des travaux d'un organisme consultatif indépendant placé auprès du Premier ministre (la Commission française du développement durable), mais n'a pas été appliquée. Puis, une nouvelle stratégie a été arrêtée par le gouvernement pour 2003-2008, actualisée en 2006 sous forme de principes et éléments

24 PNUE, Questions fréquentes – Le processus de Marrakech, 2009.

de diagnostics assortis d'indicateurs, d'objectifs et de moyens de mise en œuvre, à destination des services de l'Etat. Suite à l'élaboration cette politique, qui présente le tourisme comme une moyen de développer économiquement les territoires ruraux[25], le ministre délégué au Tourisme (Léon Bertrand) avait installé un Comité permanent pour le développement durable du tourisme, sans pour autant définir une stratégie spécifique au tourisme.

En fait, une nouvelle SNDD est actuellement en train d'être achevée par le Commissariat général au développement durable, dont l'objectif est de fournir un cadre de référence et d'orientation pour l'ensemble des acteurs privés et publics, en cohérence avec la stratégie des instances européennes et avec les engagements internationaux de la France. Conçue comme un outil d'information et de sensibilisation, cette stratégie nationale sera présentée sous la forme d'un document court fournissant des recommandations autour de neuf enjeux et onze indicateurs de développement durable.

Cette récente politique menée de développement durable est la suite des engagements qui ont progressivement été pris par la France. En effet, le pays s'est doté d'un ensemble d'outils législatifs et réglementaires tels que la Loi d'orientation pour l'aménagement durable des territoires (LOADDT, 1999), la Loi sur la démocratie de proximité (2002), les Lois sur l'eau (2006) et surtout la loi « Grenelle 1 » (2009) issue du Grenelle de l'Environnement lancé en 2007. Plus récemment, en mai 2010, le projet de loi « Grenelle 2 » portant l'engagement national pour l'environnement a été adopté. Ce dernier texte énumère des dispositions pratiques visant à la mise en œuvre concrète de la loi Grenelle 1 et appliquées à six chantiers : le bâtiment et l'urbanisme, les transports, l'énergie, la biodiversité, la santé et les déchets, la gouvernance. Le Grenelle et ses outils ont été mis en place pour que la France rattrape son retard en matière de développement durable[26] et expérimente une « croissance verte ».

Les obligations de la loi Grenelle 2 impacteront les activités touristiques, qui sont transversales. C'est ce que montrent les thèmes suivants abordés dans le texte de loi :

- *La performance environnementale et énergétique dans le bâtiment* - Des efforts sont à fournir dans la conception et la rénovation des hébergements et infrastructures touristiques.

- *La diminution de la consommation d'énergie par le secteur des transports et le soutien des mobilités alternatives* - Un tourisme de proximité et l'utilisation de modes de transports moins consommateurs, tels que le train, doivent être privilégiés.

---

25 COMITE INTERMINISTERIEL POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE (2003), Stratégie nationale de développement durable, juin 2003, 151 p.

26 Selon Jean-Louis Borloo, cf. www.developpement-durable.gouv.fr.

- *La réduction et le recyclage des déchets* – De nouveaux modes de consommation et de gestion des entreprises touristiques, et tout particulièrement dans l'hôtellerie, doivent s'étendre pour limiter la production de déchets par le tourisme.

- *L'encadrement des labels de développement durable et de la certification environnementale* – La responsabilité environnementale des entreprises doit s'étendre aux PME (Petites et Moyennes Entreprises) qui caractérisent le secteur du tourisme.

- *Le développement d'une « éco-communication »* - Les entreprises touristiques et les collectivités sont chargées d'informer leurs clientèles et leurs citoyens sur les « éco-gestes » et les labels de tourisme durable existants.

Bien que le tourisme n'ait pas été identifié comme un secteur d'activité devant se préparer à mutation lourde, cette nouvelle loi constitue l'occasion de construire un tourisme durable en France car elle demande aux professionnels du tourisme français d'apprendre de nouveaux comportements. En effet, un Plan national de mobilisation pour le développement des métiers liés à la « croissance verte » a été lancé en 2009, dans le cadre duquel le Comité de filière Tourisme a fourni des préconisations pour faciliter l'évolution des métiers et emplois du tourisme durable. Il suggère que les gestes « durables » soient introduits au sein de toutes les formations de tourisme de France, que les classements touristiques soient revus vers plus de durabilité ou encore que la recherche sur le tourisme durable soit renforcée.Ainsi, avec deux lois et une stratégie nationale de développement durable 2009-2013, le Grenelle de l'Environnement a donc produit un nouveau cadre politique et juridique propice au développement du tourisme durable en France. Mais cela reste un projet complexe, car le tourisme est porté par des systèmes d'acteurs multiples et à différentes échelles de territoire.

C. Le questionnement du développement touristique durable : la nécessité d'une approche systémique et territoriale

Compte tenu des enjeux actuels de durabilité que portent les activités touristiques, de quelles manières les acteurs du tourisme français s'approprient-ils l'idée d'un tourisme durable à leur échelle ? Cette question sera abordée dans une approche systémique et territoriale (cf. Figure I.6), et en suivant un raisonnement déductif à partir de lectures, d'entretiens avec des acteurs et d'observations.

Figure I.6 : Le système touristique, un jeu d'acteurs territorialisé

S. Lejeune / A. Huet, 2010.

1. Le système touristique : une pluralité d'acteurs et de logiques

La complexité du phénomène touristique nécessite une approche systémique. En effet, que ce soit du point de vue de l'offre ou de la demande, du développement ou de la régulation, le tourisme passe nécessairement par des acteurs. Ils forment les composantes d'un système humain structuré, au sein duquel ils entrent en action de manière interdépendante, dans l'objectif de donner vie à leur destination. Il est donc nécessaire d'identifier les différentes parties prenantes du système touristique global de la destination France, avant d'analyser leurs implications respectives dans le processus de tourisme durable et les jeux d'acteurs qui en résultent.

Premièrement, le système touristique peut être caractérisé par une dualité, avec d'une part la sphère publique et d'autre part la sphère privée (Cazes, 1992). En effet, on distingue bien les acteurs publics du tourisme – les administrations de l'Etat et les collectivités locales – des acteurs privés composés d'entreprises émettrices et réceptrices – producteurs de voyages, agences de voyages, transporteurs, hébergeurs, etc. Cette première distinction reflète une vision juridique du système touristique qui influence beaucoup le développement du tourisme durable, car les règles qui régissent les rapports de ces deux types d'acteurs procèdent du droit public dans le premier cas, du droit privé dans le deuxième cas.

Toutefois, deux types d'acteurs se situent au cœur du système touristique local : les touristes et les habitants. Bien entendu, le tourisme n'existerait pas sans les touristes eux-mêmes, qui se déplacent, choisissent leurs destinations et leurs prestataires de services touristiques. Ils sont à l'origine de la demande qui fait fonctionner toute l'industrie du tourisme et qui influence l'offre mise sur le marché. Quant aux habitants des lieux touristiques, leur rôle d'hôte est à prendre en considération, car ils rencontrent inévitablement les touristes et les retiennent, en les accueillant et en leur proposant des services de restauration, d'hébergement ou de divertissement. En réalité, touristes, habitants et entreprises réceptrices sont les composantes de base du système touristique, et ce quelles que soient les destinations.

Un dernier groupe d'acteurs, les structures chargées de la protection environnementale, font également partie du système touristique au niveau local. En effet, de nombreuses destinations touristiques doivent compter avec les associations locales de protection de la nature ou de préservation du patrimoine, et parfois avec des ONG environnementales. En France, les syndicats mixtes qui gèrent les Parcs naturels régionaux (PNR) ou les établissements publics qui gèrent les Parcs nationaux, constituent même des référents en matière de gestion durable du tourisme pour les autres acteurs touristiques.

Le système du tourisme français, quelle que soit l'échelle considérée, fait donc intervenir une multiplicité d'acteurs, individuels et collectifs, publics et privés. Ainsi, à l'exemple de Stock et al. (2003), ce mémoire considérera que « mettre l'acteur au centre de l'analyse – qu'il s'agisse des touristes, des entrepreneurs, des administrations etc. – est primordial si l'on veut comprendre les logiques de fonctionnement du tourisme comme système ». Dans quel sens ? Le système touristique « ne comporte pas seulement des marchés ou des espaces, mais surtout des acteurs avec des compétences stratégiques propres, et qui agissent dans le cadre de leurs intentionnalités selon des normes juridiques et sociales données ».

Avec cette pluralité d'acteurs, il est évident que les intérêts à défendre sont divers, voire divergents, ce qui engendre plusieurs logiques d'action au sein du système. Par exemple, les

collectivités mettent en tourisme leurs territoires afin de bénéficier des retombées sur le développement économique et social. Du côté des entreprises, il s'agit plutôt de rentabiliser individuellement leur activité par une fréquentation et une consommation touristiques maximales. Quant aux habitants, ils souhaitent profiter de retombées locales positives, sans subir les nuisances causées par les touristes. De surcroît, les acteurs doivent prendre en compte des éléments externes dans leur fonctionnement : les instances supranationales évoquées précédemment, qui mettent en place des politiques ou émettent des directives, ainsi que les autres secteurs de l'économie.

Il ne s'agit donc pas de se contenter d'un inventaire des différents acteurs susceptibles d'intervenir dans le tourisme durable en France, mais d'identifier de quelle manière leurs interactions peuvent participer à une dynamique commune : le développement touristique durable de leur territoire. Dans cet objectif, ce mémoire s'attachera à comprendre les enjeux et logiques d'action des deux principaux types d'acteurs intervenant dans le tourisme français : les collectivités territoriales et les entreprises. Il cherchera également à caractériser le rôle des établissements para-publics qui viennent appuyer les entreprises du tourisme dans leurs démarches durables et qui se trouvent ainsi impliqués dans ce système touristique. Par ailleurs, cette analyse considérera tous les systèmes touristiques comme étant territorialisés.

2. Des interactions inscrites sur des territoires touristiques

Un système d'acteurs touristique n'a aucune raison d'être s'il n'est pas associé à une destination, un territoire. En effet, excepté dans le cas d'une offre hors-sol, le tourisme est un phénomène territorialisé. L'industrie du tourisme et les systèmes qui la portent s'inscrivent spatialement et transforment les territoires en destinations touristiques, en tirant partie de leurs atouts culturels, architecturaux, paysagers ou encore climatiques. Le tourisme n'est donc pas un secteur d'activité délocalisable, mais se caractérise par un fort ancrage territorial.

Le système touristique français sera donc appréhendé comme un ensemble d'acteurs dont les rôles et les initiatives résultent du cadre géographique, territorial et administratif propre à la France. En effet, le territoire français est découpé en entités de tailles variées et hiérarchisées : 26 régions et 100 départements, mais aussi plus de 36 000 communes. C'est au regard de ces différentes échelles de territoire que seront analysées les démarches de tourisme durable des acteurs que sont les collectivités locales. L'entreprise touristique, quant à elle, sera présentée comme le niveau d'action le plus local au sein du système touristique.

En réalité, il est nécessaire de prendre en compte la dimension territoriale dans toutes les stratégies de développement durable. D'après J. Theys (2002), *« c'est essentiellement à l'échelle des territoires que pourront être construites, démocratiquement, les articulations indispensables entre les dimensions sociales et écologiques du développement durable. S'en abstraire serait, inversement, réduire ce dernier à une politique intelligente de gestion économique des ressources communes ou des risques ».* Afin de cerner comment la prise en compte de la durabilité s'introduit dans le système touristique, une réflexion à différentes échelles de territoires est donc nécessaire.

Cette approche systémique et territoriale dans le cadre du tourisme durable, a été synthétisée sur un schéma, qui représente les composantes endogènes du système de la destination touristique à une échelle locale, ainsi que les acteurs exogènes situés à une échelle supérieure ou en amont de ce système :

- Touristes, habitants et entreprises touristiques réceptrices constituent ici le cœur du système touristique, car c'est autour de leur rencontre que s'organisent les lieux touristiques.

- Les autorités locales et les structures de protection de l'environnement interviennent directement dans l'organisation et la gestion durable du développement touristique, elles constituent des forces internes de la destination.

- Les entreprises émettrices et les transporteurs, en revanche, sont impliqués de manière indirecte dans ce système local car ils prescrivent et mettent en oeuvre le déplacement des touristes jusqu'à la destination sans participer à son animation.

- Les administrations de l'État et les collectivités supérieures se trouvent aussi en amont de ce système touristique, car leurs politiques orientent le développement des transports à aux niveaux national ou régional ainsi que les décisions des pouvoirs locaux en charge du tourisme.

- Les institutions européennes et internationales, quant à elles, émettent des directives et des recommandations en matière de tourisme et de développement durable qui constituent un cadre pour les décisions de tous les acteurs publics liés à ce système touristique.

La nature des relations entre acteurs n'est pas précisée sur ce schéma, car ce mémoire se concentre sur les interactions entre secteurs public et privé qui impulsent la dynamique de tourisme durable. Par ailleurs, cette approche systémique ne prétend ni à l'exhaustivité, ni à l'objectivité, mais elle permettra de ne pas perdre de vue la multiplicité et la complémentarité des opérateurs touristiques. Deux territoires ont ainsi été sélectionnés pour analyser les démarches durables entreprises par les acteurs du tourisme aux échelles régionale (Bretagne) et

départementale (Nord). Auparavant, plusieurs exemples d'initiatives privées visant à distinguer les entreprises durables sur le marché du tourisme seront traités. Enfin, ce mémoire interrogera la pertinence des projets et dispositifs mis en place par des établissements publics ou appartenant à des réseaux nationaux, qui influent sur les entreprises touristiques.

3. Une méthode de recherche qualitative et hypothético-inductive

Ce mémoire tente de démontrer que le rapprochement entre les secteurs privés et publics du tourisme, mais aussi entre les différents échelons territoriaux, sont des éléments essentiels au processus de développement touristique durable. Il essaie aussi de démontrer ce que signifie forger une culture partagée du tourisme durable et quel en est l'intérêt. Avec ces hypothèses présentes à l'esprit, plusieurs techniques de recherche qualitative ont été mobilisées.

Une recherche documentaire ouverte

Les premières recherches se sont basées sur la lecture de documents. Ainsi, les éléments de construction du concept de tourisme durable et de cadrage aux niveaux international et européen sont issus de rapports et publications officielles, qui proviennent de divers organismes ou programmes des Nations Unies par exemple. De même, le site Internet du Ministère français du développement durable a permis d'avoir accès à divers documents de synthèse au sujet de la politique de développement durable menée actuellement par le gouvernement français. A partir de ces premières données collectées, le cadre théorique et le contexte des travaux ont pu être fixés.

Puis, une prospection auprès des structures publiques en charge du tourisme a été réalisée, par la consultation des sites Internet de l'ensemble des Conseils généraux et régionaux de France, mais aussi de leurs Comités du Tourisme. En effet, la plupart de ces organismes mettent en ligne leurs schémas de développement touristique. Cette recherche a mené à cibler les cas de deux collectivités ouvertement engagées dans une politique de tourisme durable, à deux échelles territoriales différentes : le département du Nord et la région de Bretagne.

Enfin, les systèmes de management environnemental et de labellisation « durable » dont disposent les entreprises du tourisme en France ont été identifiés et listés. Cet inventaire s'est aussi appuyé sur l'outil Internet, en tapant les mots-clés « label tourisme durable », « éco-label tourisme » ou encore « management environnemental tourisme » dans un moteur de recherche. La consultation de sites Internet mettant en avant l'écotourisme et le tourisme durable ont

également permis de cibler quelques cas de produits et de concepts d'hébergements touristiques français qui ont été montés autour de critères de développement durable.

Un travail d'analyse comparée

Une fois la sélection de collectivités territoriales effectuée, le niveau de leur engagement dans le tourisme durable a été analysé. Il s'agissait d'identifier leurs priorités en matière de développement touristique, les mesures concrètes proposées et les moyens mobilisés pour la mise en œuvre de leurs politiques. Leurs documents de référence (document cadre et plan d'action 2008-2010 du Schéma régional du tourisme de Bretagne et le Schéma de développement touristique durable 2005-2010 du Nord) ont donc fait l'objet d'une étude approfondie. Dans cet objectif, une grille de lecture (cf. Annexe 5) a été élaborée en tenant compte du cadre conceptuel choisi et de la composition classique des schémas de développement touristique (axes stratégiques, objectifs et plan d'action), ce qui a abouti à un tableau de comparaison des deux cas[27].

Par ailleurs, de nombreux documents ont été consultés au sujet des initiatives privées en matière de tourisme durable. Les grilles de critères et les guides de bonnes pratiques liés à l'attribution de labels de gestion environnementale dans le tourisme ont été examinés et synthétisés. En revanche, cette analyse ne s'est pas appuyée sur une grille de lecture spécifique, ce qui aurait demandé un temps considérable et n'entrait pas dans le cadre de ces travaux.

Des entretiens d'acteurs stratégiques

Afin de compléter cette analyse documentaire, une enquête a été menée auprès des structures publiques et privées impliquées dans le tourisme durable. Quatre personnes « ressources » ont ainsi accepté un entretien.

- Fanny Kaufman est la première personne qui a accepté un échange, lors d'une visite au siège d'Huttopia S.A. le 9 septembre 2009. En tant que Responsable du développement, elle a apporté un éclairage concernant l'histoire et la stratégie de positionnement de cette chaîne de « campings-nature », au milieu de l'offre écotouristique et de tourisme vert en France.

- Aude Lefèvre du Conseil Général du Nord a été rencontrée le 19 avril 2010 à Lille. Elle a alors accepté de répondre à de nombreuses questions au sujet de la politique départementale de développement touristique durable.

[27] Cf. dossier d'outils méthodologiques.

- Marie Leplay, de l'office français de la Fondation pour l'Education à l'Environnement en Europe (of-FEEE), situé à Paris, a également accepté un rendez-vous le 4 mai 2010 et s'est exprimée au sujet de la labellisation environnementale des entreprises du tourisme en France.

- Sylvie Remangeon, de l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie (ACFCI) a par ailleurs été contactée par téléphone. Quelques réponses ont été apportées concernant le rôle que les services consulaires jouent actuellement dans la dynamique de tourisme durable en France.

Cette enquête s'est basée sur des entretiens semi-directifs, en face-à-face ou par téléphone, ce qui a permis d'établir un contact direct et personnel avec les personnes interrogées. De plus, les discussions ouvertes qui ont été engagées ont amené à recueillir des informations qualitatives relativement complètes. Néanmoins, un guide d'entretien adapté à chaque interlocutrice a été réalisé préalablement à chaque interview. Les comptes-rendus des deux entretiens menés au mois d'avril et mai 2010 laissent apparaître cette trame[28].

Un raisonnement hypothético-inductif

Les trois techniques mises en œuvre – la recherche documentaire, l'analyse comparée et les entretiens – se sont révélées complémentaires et indispensables à la démarche de recherche de ce mémoire. En effet, elles ont servi à la collecte de données qualitatives ciblées et sélectionnées de manière empirique, mais relativement complètes sur le sujet traité. Afin de présenter une synthèse, d'une part sur les initiatives publiques et d'autre part sur les démarches privées de tourisme durable, une matrice SWOT a par ailleurs été élaborée.

Ces travaux proposent donc de suivre un raisonnement hypothético-inductif. La vérification ou l'infirmation des hypothèses ont pour point de départ des situations concrètes et observables qui dégagent un certain degré de généralité. Cette méthodologie de recherche est présentée par Crozier et Friedberg (1992) comme la seule démarche à adopter pour l'analyse stratégique des systèmes d'acteurs *: « une démarche en somme qui se sert de l'expérience vécue des participants pour proposer et vérifier des hypothèses de plus en plus générales sur les caractéristiques de l'ensemble».* Néanmoins, les résultats de ce mémoire de recherche sont à considérer comme les bases d'une réflexion à poursuivre.

Le deuxième chapitre de ce mémoire expose en détail les résultats de cette méthodologie. Il répondra à la question de la prise en compte actuelle des principes de durabilité par les acteurs privés et publics du tourisme en France, puis en propose une analyse critique.

[28] Cf. dossier d'outils méthodologiques.

CHAPITRE II

L'EXPÉRIMENTATION DU TOURISME DURABLE EN FRANCE :

ENTRE INTÉRÊTS PARTICULIERS ET LOGIQUES D'ACTION PUBLIQUE

A. *L'éco-engagement : un facteur de différenciation pour les professionnels du tourisme*

Le premier impératif des entreprises, dans le tourisme comme dans les autres secteurs de l'économie, est de demeurer compétitives. Par conséquent, comme pour les collectivités, il existe un véritable intérêt chez les professionnels du tourisme français à faire progresser leur activité vers plus de durabilité, dans l'objectif de s'insérer dans l'évolution actuelle de la demande touristique.

1. Responsabilité sociétale et gestion environnementale des entreprises

Depuis 2000, le respect du droit de l'environnement[29] est la première étape à franchir pour les entreprises touristiques françaises souhaitant s'adapter aux nouvelles attentes des touristes en matière d'offre durable. Néanmoins, les entreprises du tourisme ont tout intérêt à aller au-delà de la réglementation et à confirmer leur engagement dans le développement durable, en particulier leur éco-engagement. Par conséquent, elles sont de plus en plus nombreuses à mettre en place un système de management environnemental sur leurs sites.

La responsabilité sociétale des entreprises (RSE)

La prise en compte du développement durable dans l'entreprise renvoie à une conception relative de « responsabilité », qui était à l'ordre du jour lors du Sommet de la Terre de Johannesburg en 2002. La responsabilité sociale des entreprises, ou RSE, a également fait l'objet de discussions en France, lors de la table ronde du Grenelle de l'environnement consacrée à la gouvernance30. Il est par ailleurs intéressant de préciser qu'en 2010, le Ministère français de l'Écologie, de l'Énergie et du Développement Durable emploie le terme de responsabilité « sociétale », jugé plus large et plus pertinent que responsabilité « sociale ». Il l'identifie comme un moyen privilégié de mettre en œuvre la Stratégie nationale de développement durable.

D'après l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie), « la responsabilité sociale des entreprises est la démarche qui consiste à rechercher une

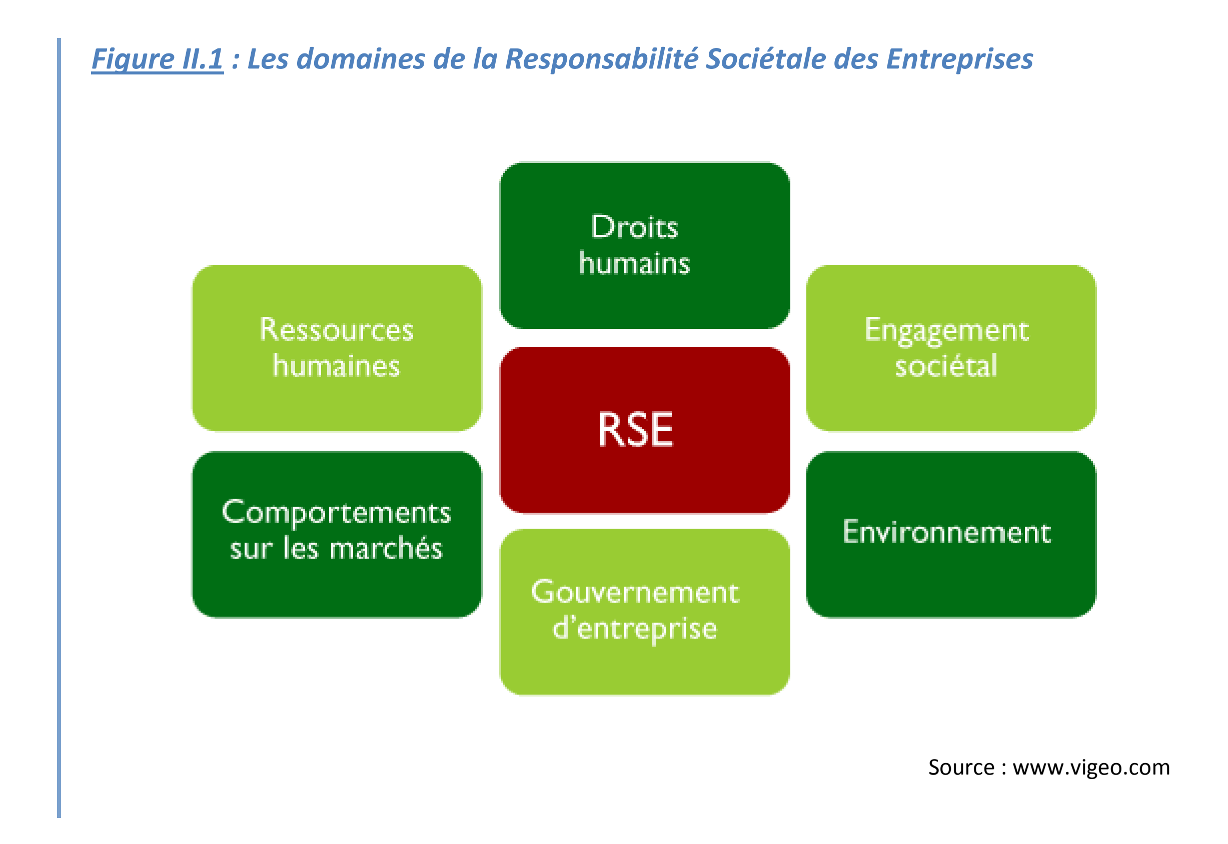
[29] En particulier la réglementation des cinq premiers livres du Code de l'Environnement, qui sont : 1) Dispositions communes, 2) Milieux physiques, 3) Espaces naturels, 4) Faune et flore, 5) Prévention des pollutions, des risques et des nuisances.

30 Cf. site du MEDDM : www.developpement-durable.gouv.fr

performance pas uniquement financière, mais aussi sociale et environnementale »31. Elle se base sur des valeurs éthiques et passe par le respect de toutes les parties prenantes de l'activité de l'entreprise (employés, fournisseurs, clients, actionnaires…), de la communauté (collectivités locales, associations de consommateurs, ONG), et de l'environnement. Une vision consensuelle peut être adoptée en considérant que le RSE est une notion de responsabilité qui concilie les intérêts publics et privés (cf. Figure II.1).

La prise en compte de la RSE présente l'avantage d'augmenter les performances commerciales et financières d'une entreprise. Mais aujourd'hui, les principaux moteurs d'une telle démarche sont la pression exercée par la société civile et l'anticipation des risques pour cette entreprise, qu'ils soient matériels (risques sanitaires, sociaux, environnementaux) ou immatériels (risques de réputation, d'image). En ce qui concerne la pression médiatique sur ces sujets, elle est forte pour les grandes entreprises du tourisme (comme Accor), mais les petites et moyennes entreprises (PME) seront certainement bientôt concernées.

***Figure II.1* : Les domaines de la Responsabilité Sociétale des Entreprises**



Source : www.vigeo.com

31 Source : http://www2.ademe.fr/servlet/KBaseShow?sort=-1&cid=96&m=3&catid=12393

Le système de management environnemental

Dès à présent, de plus en plus de prestataires touristiques manifestent leur engagement pour le développement durable et agissent dans le cadre de leur « éco-responsabilité ». Les hébergeurs, qui correspondent pour la plupart à des PME, s'impliquent ainsi dans des démarches de gestion ou « management » environnemental.

Le management environnemental se réfère à une démarche structurée de gestion et de planification qu'une organisation (entreprise ou collectivité) met en œuvre afin de s'organiser de manière à mesurer, réduire et maîtriser les impacts de son activité sur l'environnement. Elle peut mener à la mise en place d'un système de management environnemental (SME), qui correspond alors à un processus rigoureux et systématique de recensement et d'amélioration de ses performances environnementales, de manière permanente.

En effet, le SME se décompose ainsi :

1) Examen des effets environnementaux notables que l'organisation peut influencer et gérer,
2) Élaboration d'une politique et d'un programme, avec notamment des objectifs en matière de traitement des effets notables identifiés,
3) Mise en place d'un système de gestion pour internaliser les mesures de contrôle et des audits périodiques.

Les avantages de la mise en place d'un SME pour les entreprises sont multiples. Ils concernent notamment la maîtrise des coûts et déchets, la valorisation de l'image de l'entreprise et une communication transparente. Les professionnels du tourisme qui en sont conscients s'engagent donc volontairement dans ce type de démarche. Pour eux, les objectifs sont de réaliser des économies considérables d'énergie, de limiter leur consommation en eau, de mieux gérer leurs déchets, d'utiliser des produits moins et de manière générale de préserver leur environnement afin de pérenniser l'activité touristique locale.

Les approches normatives de la gestion environnementale

Les démarches de SME sont décrites dans des normes internationales (ISO 14001), et européennes (EMAS) applicables en France, qui constituent des référentiels pour les entreprises du tourisme. Dans ces normes figurent des éléments relatifs à la mise en œuvre d'une politique environnementale, à sa démonstration et à son évaluation.

La norme **ISO 14001** a été rédigée par l'Organisation Internationale de Normalisation (ISO) en 1996 et révisée en 2004 32. ISO 14000 est le référentiel international reconnu pour le système de management environnemental, qui est constitué de plusieurs normes qui insistent particulièrement sur la prévention des pollutions, l'engagement public et l'amélioration des performances. Il définit ainsi les lignes directrices pour la mise en place d'un SME. ISO 14001:2004 s'applique à tous les types d'organismes, quelles que soient leur taille et leur activité, mais aussi quel que soit leur degré de maîtrise des questions liées à l'environnement. Cependant, un engagement envers la conformité à la législation et à la réglementation applicables en matière d'environnement est exigé (cette conformité n'étant pas vérifiée), ainsi qu'envers l'amélioration continue – à laquelle le SME donne un cadre. Le degré d'application dépend ensuite de divers facteurs, tels que la politique établie par l'organisme, la nature de ses activités, produits et services, sa localisation et les conditions dans lesquelles il fonctionne.

Eco-Management and Audit Scheme 33 (EMAS), également appelé Éco-audit, est un dispositif européen plus exigeant que la norme ISO 14001, effectif dans l'Union Européenne depuis 1995. Pour atteindre EMAS, les entreprises ont besoin d'être en conformité avec la réglementation et de gérer un système de gestion de l'environnement. Plusieurs points supplémentaires sont également rendus obligatoires : le respect de la réglementation environnementale et des objectifs d'amélioration fixé, une vérification par l'autorité publique et la participation des employés. Par ailleurs, l'entreprise est tenue de faire un rapport de l'amélioration continue de ses performances environnementales par la publication d'un communiqué externe formalisé, appelé « déclaration environnementale ».

2. Certifications environnementales et éco-labels du tourisme

Dans ce contexte international et européen, les démarches de gestion environnementale des entreprises touristiques françaises se multiplient, ainsi que les certifications et labels permettant leur reconnaissance et leur valorisation marketing.

La certification des SME

Selon l'AFNOR, la certification est « une activité par laquelle un organisme reconnu, indépendant des parties en cause, donne une assurance écrite qu'une organisation, un processus, un service, un produit ou des compétences professionnelles sont conformes à des

32 La série ISO 14000 est la partie la plus visible des travaux de l'ISO pour l'environnement. La norme ISO 14001 fait partie des normes d'organisation.

33 Source : http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm.

exigences spécifiées dans un référentiel »34. Il s'agit donc d'un processus de vérification du respect d'un cahier des charges thématique, par un organisme accrédité et encadré par les pouvoirs publics (l'AFNOR en fait partie).



Dans le contexte d'**ISO 14001:2004**, la certification se rapporte à la délivrance d'une assurance écrite (le certificat) par un organisme extérieur indépendant, après avoir audité toutes les étapes d'un système de management environnemental et vérifié qu'il est conforme aux exigences spécifiées dans la norme. Ce certificat est alors valable pour trois ans[35] et constitue une récompense de l'éco-engagement de l'entreprise. En général, il permet à l'entreprise d'utiliser un logo ISO 14001 qui varie en fonction de son organisme certificateur (cf. ci-contre la marque AFAQ du groupe AFNOR).



Quant à l'enregistrement **EMAS**, il peut être accordé à une entreprise certifiée ISO 14001, une fois qu'elle a publié une déclaration environnementale et l'a fait vérifier par un organisme accrédité. Pour les entreprises non certifiées, la réalisation d'un audit externe est nécessaire, afin de vérifier que toutes les étapes du SME ont été respectées. Par la suite, le demandeur adresse son dossier à l'ACFCI (Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie), qui examine la recevabilité de la demande et transmet le dossier au comité EMAS36. Une fois enregistrée, l'entreprise peut apposer le logo "EMAS, information validée" (cf. ci-contre) sur ses documents. Pour le renouvellement, la procédure est identique à celle d'ISO 14001.

Selon la taille de l'entreprise, le coût de certification ISO 14001 varie entre 5000€ (moins de 100 salariés) et 20000€ (plus de 500 salariés), le coût de suivi annuel étant de 1000€ à 5000€ pour les mêmes critères. Pour l'enregistrement EMAS, le coût varie de 3 500 à 6 000 € pour une entité déjà certifiée ISO 14001 contre 6 000€ à 9 000€ (en 2005) pour une entreprise sans SME certifié. Bien qu'il s'agisse d'un véritable investissement, les coûts de certification sont donc relativement élevés pour les entreprises du tourisme. Les grandes groupes tels Accor ou Cap France (cf. Figure II.2) ont les moyens d'engager ce type de démarche officielle, tandis que les PME de l'hébergement se dirigent davantage vers des systèmes de labellisation privés.

34 Cf. www.afnor.org

35 La première année, l'audit est complet tandis que les audits de suivi annuels (les deux années suivantes) sont des procédures légères. Lors de la quatrième année, un nouvel audit complet est requis et le cycle reprend sur trois ans.

36 Le comité EMAS est un groupe d'experts constitué d'industriels, d'associations de protection de l'environnement, de personnalités reconnues en matières d'environnement et de représentants des administrations.

Figure II.2 : Vers une certification ISO 14001 du label « Chouette Nature »

Cap France, l'un des premiers groupes français de tourisme associatif a initié le label *Chouette Nature* en 2004 afin de conjuguer satisfaction des vacanciers et tourisme durable. Les **48 relais labellisés** *Chouette Nature* et leur personnel, se sont ainsi engagés dans des actions concrètes en faveur d'un tourisme plus responsable, en adaptant leurs pratiques quotidiennes aux principes du développement durable.

En 2007, Cap France a démarré une démarche de certification de management environnemental concernant ce label, c'est-à-dire sur l'ensemble de ses relais et son comité de pilotage. Ainsi, depuis septembre 2008, ***Chouette Nature*** **est certifié ISO 14001** de niveau 2 sur 3. Il s'agit du premier label touristique certifié ISO 14001 en France, l'objectif étant d'obtenir la certification complète en 2010.

Dans le cas de ce groupe d'hébergements touristiques, la certification du système de management environnemental qui a été engagée vient conforter un positionnement fort sur le marché du tourisme durable (cf. Annexe 3).

Source : www.chouettenature.com

Les éco-labels des hébergements touristiques

Un label est un signe de reconnaissance officiel des pouvoirs publics, attribué après vérification du respect d'un cahier des charges établi par ces mêmes pouvoirs publics. Cependant, la notion de label est souvent utilisée pour désigner une marque collective créée par une association ou une entreprise. Dans ce cas, il ne s'agit pas d'une garantie officielle de qualité, car l'attribution du label est plus ou moins stricte en termes de critères à respecter.

C'est ainsi que différents « éco-labels » appliqués au tourisme, dits « labels de tourisme durable » à tort, traduisent l'engagement des professionnels de l'hébergement touristique dans une gestion environnementale de leurs établissements. Ceux-ci viennent compléter les chartes et marques de qualité qui existent dans le secteur, ainsi que les marques de réseaux d'hébergements défendant le respect de l'environnement ou des valeurs de solidarité[37]. Les caractéristiques de trois éco-labels proposés en France, ont été regroupées au sein d'un tableau (cf. Annexe 4) afin de visualiser les avantages et inconvénients de chacun d'entre eux pour les entreprises touristiques :

- L'**Eco-label européen**, label officiel de gestion environnementale applicable à des produits et services.

37 Il s'agit par exemple des marques Ecogite, Gîtes Pandas, Ethic Etapes, Bienvenue à la Ferme, Hôtels au Naturel ou du label Tourisme & Handicap

- **Green Globe**, programme privé et international de labellisation des systèmes de management environnemental et social dans l'ensemble des entreprises liées au tourisme et aux voyages.

- **Clef Verte**, label international récompensant les démarches environnementales des hébergements touristiques.







Ce panorama s'est basé sur les informations disponibles sur Internet[38] et sur un entretien mené avec Marie Leplay (à l'office français de la Fondation pour l'Education à l'Environnement en Europe) au sujet du label *Clef Verte*[39]. Les conclusions pouvant être tirées de cette brève étude comparative sont les suivantes :

- L'éco-labellisation dans le tourisme est un phénomène très récent en France : la Clef Verte est arrivée en France en 1998, l'Eco-label a été appliqué aux services d'hébergements touristiques à partir de 2003 et la présence du label Green Globe date seulement de quelques années.

- Ces éco-labels sont des initiatives provenant d'organismes très variés, extérieurs à la France et qui agissent selon des intérêts différents : l'Eco-label européen a été initié par la Commission Européenne ; Green Globe 21 fait partie d'un programme créé par une entreprise américaine (EC3 Global) en partenariat avec un Centre de recherche sur le tourisme durable australien (STCRC) ; la Clef Verte a été initié par une fédération d'hôteliers danois puis développé par une ONG hollandaise (FEEE) agissant pour l'éducation à l'environnement en Europe.

- Les systèmes d'éco-labellisation visent principalement les entreprises de l'hébergement touristique qui envisagent une gestion plus durable de leurs sites d'exploitation, et plus rarement les prestataires d'activités ou les transporteurs qui sont concernés par d'autres démarches. Par ailleurs, les tours opérateurs et les agences de voyages disposent de labels de tourisme « responsable » ou « solidaire ».

---

38 Sources : www.voyageons-autrement.com et www.voyagespourlaplanete.com.

39 La retranscription de cet entretien se trouve dans le dossier d'outils méthodologiques accompagnant ce mémoire.

- Les référentiels à respecter pour l'attribution des éco-labels se limitent à une politique et/ou des performances environnementales : consommation d'eau et d'énergie, production de déchets, achats responsables, sensibilisation du personnel à l'environnement. Ils couvrent rarement des champs socio-culturels (mis à part Green Globe dont 20% des critères se rapportent à la responsabilité sociale de l'entreprise), et jamais des champs économiques. Il ne s'agit donc pas de labels de tourisme durable, à proprement parler.

- Certains organismes de labellisation requièrent que des performances soient atteintes sans proposer un accompagnement préalable de l'entreprise (Eco-label européen), d'autres suivent l'entreprise dans l'élaboration de sa politique environnementale et l'amélioration de ses performances grâce à des outils dédiés avant et après la labellisation (Green Globe) et d'autres encore fournissent une aide technique suite à la labellisation afin d'encourager l'entreprise à aller plus loin (Clef Verte).

- Pour les professionnels de l'hébergement touristique, l'éco-labellisation constitue un moyen de formaliser leur éco-engagement. Surtout, il s'agit de valoriser leurs démarches de gestion environnementale auprès du grand public grâce à plusieurs modes de communication (apposition de logos, référencement sur Internet et dans des guides spécifiques, campagnes de presse et publicitaires, etc.).

Le management environnemental s'insère désormais dans les stratégies marketing des entreprises touristiques françaises, y compris les PME. Les professionnels les approprient comme des outils de compétitivité, car elles leur permettent de se distinguer sur le marché du tourisme et de capter de nouvelles clientèles sensibilisées au respect de l'environnement et à l'écologie.

Par ailleurs, les démarches qui ont été décrites donnent aux professionnels du tourisme la possibilité de réaliser des économies considérables, et ainsi d'augmenter leur rentabilité, tout en les impliquant dans une gestion équilibrée de leurs sites d'implantation et des ressources naturelles locales. En générant des retombées économiques et en favorisant la protection du patrimoine naturel, les SME et l'éco-labellisation des entreprises ont donc leur place dans une dynamique de développement durable du tourisme.

3. *L'éco-conception dans l'hébergement touristique : le cas de l'hôtellerie de plein air*

Plus en amont, on assiste en France à la création de nouveaux types d'hébergements touristiques fondés sur des principes écologiques. En effet, le respect de critères de gestion environnementale est pris en compte lors de la conception de sites et d'installations, notamment dans l'hôtellerie de plein air.

Le réseau de campings Huttopia

Huttopia S.A. est le concepteur et l'exploitant d'une chaîne de 14 campings en France, commercialisés sous les marques Huttopia et Campings Indigo. En 1999, cette entreprise a été créée sur la base d'une philosophie de découverte et de respect de l'environnement. L'objectif des fondateurs était de réhabiliter ou de créer des campings au sein d'espaces naturels préservés[40], sans porter atteinte aux sites et de sensibiliser les campeurs à l'environnement.

L'éco-engagement au sein des campings Huttopia se traduit de plusieurs manières :

- Les hébergements locatifs (chalets, roulottes et tentes canadiennes) sont construits sur des modèles-types et ne dépassent pas 30% de l'offre des campings. Ils sont installés sur pilotis, de manière à être démontés hors saison touristique (cf. Figure II.3). Par ailleurs, le camping est une zone où la circulation des voitures est très limitée.

- Pour une totale intégration paysagère, les constructions (accueil, sanitaires, chalets, etc.) sont réalisées avec du bois provenant de forêts françaises et non traité. Des matériaux naturels sont utilisés pour l'isolation et les énergies renouvelables sont également favorisées. Par ailleurs, les piscines à filtration naturelle ne nécessitent pas l'utilisation de chlore.

- Les clients sont sensibilisés à l'environnement du site et au patrimoine local, par l'organisation d'activités en partenariat avec des associations locales et l'Office National des Forêts. Le personnel des campings les oriente également vers les producteurs et restaurateurs locaux, qui reflètent l'identité culturelle locale.

40 Cf. compte-rendu de l'entretien réalisé avec Fanny Kaufman, au siège d'Huttopia S.A. dans le dossier d'outils méthodologiques.

Figure II.3 : Exemple de roulotte au camping Huttopia de Rambouillet



Photo : S. Lejeune, 2009

Les campings Huttopia ont été conçus de manière à proposer une offre d'hébergement de qualité et innovante sur le marché de l'hôtellerie de plein air, qui correspond aux nouvelles attentes des touristes séjournant en France. Quant aux activités proposées, elles sont clairement pédagogiques, il s'agit de sensibiliser à l'environnement. Ainsi, ce nouveau concept de « camping-nature »[41] s'est rapidement positionné sur les marchés de l'écotourisme et des campings moyen-haut de gamme. Aujourd'hui en plein développement, Huttopia S.A. attend une croissance de 20% pour 2010, ce qui montre que l'éco-conception dans l'hébergement est un axe de développement touristique à exploiter en France.

Le camping de Bordeaux Lac

A Bordeaux, un camping entièrement éco-conçu et éco-géré a ouvert en 2008. Le projet a été proposé par plusieurs collectivités, sur une zone en friche de 13,5 ha, pour pallier à l'absence d'équipements d'hôtellerie de plein air de taille significative sur l'agglomération bordelaise. Positionné au sein d'une zone naturelle d'intérêt écologique et faunistique, à proximité immédiate de la réserve naturelle nationale et du site Natura 2000 des «Marais de Bruges », ce camping se trouve dans un environnement très sensible.

41 Les fondements de ce concept sont précisés dans l'article « Le camping-nature – Un concept à réinventer », Les Cahiers Espaces, n°95, nov. 2007, p.82-86.

Néanmoins, les équipements de ce camping quatre étoiles ont été structurés de manière à intégrer le milieu et à limiter les impacts environnementaux. Selon une démarche HQE ® (Haute Qualité Environnementale), des matériaux écologiques ont été utilisés pour construire les bâtiments et les travaux ont été réalisés sur un chantier à faibles nuisances. Une centrale photovoltaïque a été installée pour alimenter l'éclairage public et chauffer l'eau des sanitaires, l'eau de pluie est récupérée pour l'arrosage et la piscine, le tri sélectif des déchets est également organisé et les produits d'entretien sont biologiques. Ce camping a donc entièrement été conçu afin de privilégier les bénéfices sur l'environnement.

La création de 200 emplacements, qui correspond à la première étape du projet, a nécessité un investissement de 7 millions € (dont 1,2 millions dédiés à l'environnement)42. Ce camping faisant partie des cinq sites pilotes engagés dans le projet Ecocamps expérimenté par la région Aquitaine, une subvention plafonnée à 340 000 € a été accordée par le Conseil Régional ainsi qu'un soutien financier de la part de l'Europe et l'ADEME. Le camping Bordeaux Lac est un projet qui a été réalisé dans une volonté de contribuer au développement durable du tourisme en hôtellerie de plein air, à une échelle régionale mais aussi dans l'objectif de constituer un exemple à suivre en France.

Un investissement à long terme

Dans ces deux cas de l'hôtellerie de plein air, il semble que la démarche d'éco-conception n'est pas envisagée sous le même angle que l'éco-labellisation. En effet, la société Huttopia réalise la promotion de son réseau à l'aide de campagnes de presse et par son site Internet, qui affiche distinctement son concept de « camping nature » et en fait le principal axe de communication, mais sans utiliser de termes tels que « camping éco-conçu » ou « écotourisme ». A Bordeaux, le projet répondait à des besoins en matière d'offre touristique et à des préoccupations environnementales, et la conception d'un camping HQE n'a pas donné lieu à une communication spécifique, que ce soit sur le site Internet du camping ou sur la brochure promotionnelle. L'éco-conception dans l'hébergement touristique est donc davantage perçue comme investissement à long terme par les professionnels qu'en tant qu'axe de communication auprès des clientèles touristiques.

En augmentant leurs performances économiques et en apportant une réponse à des exigences environnementales, l'éco-engagement des entreprises touristiques se révèle donc un premier pas vers le développement touristique durable en France. Dans l'objectif de mobiliser les professionnels français du tourisme et de leur fournir des outils pour la mise en place de type

[42] Source : http://ecocamps.aquitaine.fr/-Bordeaux-Bruges-.html

de démarches environnementales, le guide pratique « Éco-gestion et éco-construction dans l'hôtellerie » a par ailleurs été publié par ATOUT FRANCE en 2007. Toutefois, les politiques touristiques menées par les collectivités territoriales françaises constituent des instruments incontournables en matière de pilotage des démarches et de coordination de l'ensemble des acteurs du développement durable du tourisme au sein des destinations.

B. Des politiques touristiques intégrées aux projets territoriaux de développement durable

En France, la répartition des compétences territoriales implique tous les échelons territoriaux dans le développement touristique : l'État, les régions, les départements et les communes (cf. Figure II.4). Ainsi, malgré le retard pris par le gouvernement français dans le domaine du développement durable du tourisme, on observe un engagement progressif des collectivités publiques depuis les années 2000, par exemple au travers des schémas touristiques élaborés aux niveaux régional et départemental.

Parmi ces territoires français, la Région Bretagne et le Département du Nord se démarquent par une action publique orientée vers la durabilité du secteur du tourisme. Leurs deux schémas de développement touristique ont donc fait l'objet d'une lecture analytique (cf. Annexe 5), dont les résultats ont été regroupés dans un tableau comparatif[43]. Ces stratégies ayant récemment été mises en place par les deux collectivités, il ne s'agit pas d'évaluer leur mise en œuvre et leurs retombées, mais d'étudier le processus d'élaboration de ces politiques et les principales modalités d'action proposées pour le développement touristique durable des territoires en question.

[43] Cf. dossier d'outils méthodologiques.

Figure II.4 : Répartition des compétences touristiques et organisation territoriale en France

Le Code du Tourisme français* répartit les compétences territoriales dans le domaine du tourisme. Il établit le principe de concertation entre la commune, le département et la région, afin de faciliter la définition d'objectifs cohérents et de favoriser la coordination de leurs actions.

- L'**Etat** réglemente, agrée et classe les équipements, organismes et activités touristiques. Il assure la promotion du tourisme français à l'étranger et au sein des organisations internationales compétentes. Il apporte également son concours aux actions de développement touristique des collectivités territoriales.

- La **région** élabore les objectifs à moyen terme du développement touristique régional, dans le cadre d'un schéma régional de développement du tourisme et des loisirs. Le Conseil régional doit créer un Comité régional du tourisme (CRT) pour coordonner dans la région les initiatives publiques et privées dans le domaine du développement, de la promotion et de l'information touristique.

- Le **département** doit créer un Comité départemental du tourisme (CDT), dont il choisit librement le régime juridique. Le CDT exerce son activité en harmonie avec les collectivités territoriales et en partenariat avec les organismes intéressés au développement du tourisme dans le département, en prenant en compte les orientations définies par le schéma régional.

- La **commune** peut créer un office de tourisme chargé des missions d'accueil et d'information des touristes et de la promotion touristique locale.

Source : www.veilleinfotourisme.fr

* Les principaux textes législatifs sont la loi n°92-1341 du 23 décembre 1992 portant répartition des compétences dans le domaine du tourisme, la loi relative aux libertés et responsabilités locales, et la loi n°2002-276 du 27 février 2002 relative à la démocratie de proximité.

1. *La concertation des multiples acteurs du tourisme à l'échelle régionale : un défi relevé par la Bretagne*

En 2004, le Conseil régional de Bretagne a lancé son premier *Schéma régional du tourisme,* afin d'anticiper les évolutions de l'économie touristique dans cette région où le tourisme représente près de 8% du PIB. Voté en 2007, il s'agit d'une stratégie de développement économique et sociale qui tient en quatre documents distincts : le Mode d'emploi général, le Document cadre, le document de la Consultation et le Plan d'action pour 2008-2010.

Cette politique de développement touristique durable est fondée sur les trois piliers classiques du développement durable, ce qui apparaît dans le Document cadre : « Pour être durable, le développement doit être à la fois écologiquement soutenable, économiquement efficace et socialement équitable ». Toutefois, ce schéma stratégique résulte d'une réflexion autour de cinq notions, appelées « ambitions », constituant le cadre de référence pour la mise en place d'un stratégie touristique durable en Bretagne : l'attractivité, la compétitivité, la solidarité, l'efficacité et l'accessibilité. Quant au Plan d'actions détaillé du schéma, il s'appuie sur trois grands axes stratégiques : le rééquilibrage territorial et saisonnier, la modernisation de l'offre et des services et une nouvelle gouvernance.

Afin de parvenir à réaliser ces cinq ambitions, décliner ces trois axes d'action stratégique et initier le développement durable du tourisme, la Région Bretagne s'est associée à tous les acteurs concernés à l'échelle régionale, à chaque étape de cette démarche territoriale.

Une expérience de travail participative et implicative

Les divers documents du *Schéma régional du tourisme* résultent d'une réflexion collective sur le développement touristique de la Bretagne. En effet, le Conseil régional s'est appuyé sur un dispositif de concertation très large durant trois ans.

Entre juillet 2004 et mai 2006, une première phase d'état des lieux et de diagnostic global du tourisme en Bretagne, préalable à l'élaboration du schéma, a été assurée par plusieurs structures rattachées à la Région. Elles se sont appuyées sur diverses méthodes de consultation ou d'enquête :

• 25 contributions écrites ont été recueillies de la part des principaux partenaires institutionnels et professionnels de la Région Bretagne.

• 500 acteurs ont été consultés pour la réalisation de neuf focus, sur les filières touristiques (tourisme littoral, intérieur, en ville, de santé, de proximité, de niche…) et d'autres thématiques (élus, institutions, demande).

• 100 commerçants des stations touristiques du littoral et de l'arrière-pays breton ont été regroupés autour de neuf tables rondes afin de recueillir leurs perceptions et attentes.

• Un sondage auprès d'un échantillon de 1800 habitants bretons a également permis de recueillir 3000 suggestions au sujet du tourisme dans la région.

• Pour compléter cet état des lieux, un dispositif d'enquête inédit auprès d'excursionnistes et de touristes a été mis en place en 2005 par l'Observatoire régional du tourisme (ORTB), en partenariat avec la TNS-Sofres. Les réponses des 17000 visiteurs ont permis de mieux cerner la demande touristique et ont permis d'orienter les travaux d'élaboration de la stratégie régionale.

De juillet 2006 à janvier 2007, la constitution du projet de schéma s'est donc basée sur le diagnostic touristique complet de la Bretagne et sur l'expression des attentes des touristes. Puis, à partir de février 2007, l'ensemble des acteurs du tourisme breton a de nouveau été consulté au sujet de la stratégie touristique envisagée, avant la rédaction finale du *Schéma régional du tourisme* et de son Plan d'actions.

Conformément aux principes de développement durable, notamment celui de participation, le Conseil régional de Bretagne ne s'est donc pas contenté de consulter ses partenaires institutionnels et politiques mais l'ensemble des groupes d'acteurs liés au tourisme : experts, professionnels, acteurs des transports, de l'environnement et de la culture, habitants. Le principe de satisfaction des touristes, inclus dans la définition du tourisme durable établie en 2004 par l'OMT, a aussi été pris en compte au moyen de cette enquête exceptionnelle concernant les attentes des visiteurs de la Bretagne.

En outre, cette consultation générale n'a pas seulement eu lieu en amont du schéma. L'élaboration et la finalisation du projet ont été assurées grâce à plusieurs présentations aux acteurs du tourisme, afin de prendre en compte leur avis. Depuis le vote de la stratégie finale, en 2007, des phases d'évaluation régulières permettent d'adapter les actions du schéma aux évolutions des marchés et de la demande.

Des mesures concrètes d'incitation et de coordination des acteurs du tourisme

Au-delà de cette démarche de consultation et de décision concertée, le Conseil Régional se sert largement de la contractualisation avec les acteurs publics et privés du tourisme pour mettre en œuvre son *Schéma régional du tourisme.*

• Dans le cadre de sa recherche d'efficacité, le Conseil régional de Bretagne s'appuie évidemment sur les structures publiques en charge du tourisme sur les territoires bretons au niveau local : offices de tourisme, pays touristiques, réseaux de professionnels du tourisme, chambres consulaires. Afin de formaliser des objectifs clairs, de soutenir les efforts mis en œuvre

pour les atteindre et d'évaluer les résultats de leurs actions, la Région a mis en en place des conventions d'objectifs avec ces différents types d'acteurs.

Par exemple, dans le cadre de ces conventions, le Conseil Régional a renforcé son partenariat avec la Fédération Régionale des Pays d'Accueil Touristique (FRPAT) et les trente pays touristiques, dans l'objectif d'aboutir à des schémas de développement et de promotion touristique concertés. La création ou le renforcement de partenariats avec les chambres consulaires (notamment les Chambres de Commerce et d'Industrie), qui accompagnent les professionnels du tourisme dans leurs démarches courantes, est également prévu sous une forme conventionnelle et autour de priorités telles que le Plan Qualité, la transmission des entreprises touristiques ou encore le développement du tourisme rural.

• Par ailleurs, afin d'inciter les collectivités et professionnels du tourisme à mener des projets en accord avec les actions stratégique du *Schéma régional du tourisme* et à rendre la Bretagne plus attractive pour les visiteurs, un système d'appels à projets a été lancé par le Conseil Régional autour de quatre thèmes :

« Développement de l'offre tourisme et handicap, chaînes d'accessibilité »,

« Création de pôles touristiques en Bretagne intérieure »,

« Émergence de territoires volontaires pour un tourisme de développement durable »,

« Pour l'innovation touristique en Bretagne ».

Ces quatre thématiques ont été ouvertes pour appuyer financièrement les porteurs de projets – publics et privés – dans leurs initiatives visant à proposer une offre touristique solidaire et innovante sur les territoires bretons. A titre d'exemple, pour le développement touristique de la Bretagne intérieure, l'aide de la Région est plafonnée à 150 000 € par projet pour un taux d'aide allant jusqu'à 50 % des dépenses engagées par le porteur.

Cette expérience de travail transversale, appuyée sur une démarche de participation poussée et échelonnée dans le temps, constitue la principale caractéristique de la démarche de développement touristique durable de la région de Bretagne. Les politiques touristiques résultant de ce schéma et issues du Plan d'actions répondent ainsi à un projet de développement territorial partagé et évolutif, marquées par le respect de valeurs éthiques tels que l'écoute et la tolérance. De plus, la Région propose un accompagnement formel de l'ensemble des acteurs qu'elle a sollicités et consultés pour ce projet de développement touristique durable.

2. *Des dispositifs visant un développement touristique équitable et solidaire dans le département du Nord*

A partir de 2002, le Conseil général du Nord a entrepris de définir une nouvelle stratégie touristique pour le département, la première ayant été appliquée de 1994 à 2001. Un *Schéma départemental de développement touristique durable* a donc été élaboré par son service Tourisme et adopté pour la période de 2005-2010[44].

Conscient des évolutions de la demande touristique, ce document désigne le développement durable comme la principale ambition pour le secteur du tourisme nordiste. Il l'aborde à travers quatre dimensions : éthique, sociale, économique et patrimoniale. Dès le départ, la réflexion globale de ce schéma se base donc sur une conception originale du tourisme durable, qui correspond aux spécificités locales et à l'identité du département du Nord. Par exemple, la dimension patrimoniale ne se limite pas à une prise en compte des aspects environnementaux. Elle recouvre la gestion des ressources naturelles et culturelles de tous ordres, la préservation du patrimoine bâti étant considérée comme un axe essentiel de développement durable de ce territoire.

Quatre enjeux stratégiques ont ensuite été identifiés par le Conseil général : *1) passer d'une destination touristique « classique » à une destination touristique durable, 2) préserver et valoriser notre héritage, 3) assurer un développement social et économique, continu et profitant à tous, et 4) organiser une gestion plus concertée et transversale du développement touristique et des retombées de l'activité touristique et de loisirs.* Le plan qui décline ces enjeux (23 actions divisées selon les structures en charge de les appliquer) laisse transparaître deux priorités d'actions pour le département du Nord en matière de développement touristique.

L'accessibilité du tourisme pour tous : un axe d'action prioritaire

En premier lieu, la question de l'accès aux loisirs et au tourisme apparaît comme une priorité pour le Conseil général. En effet, dans le *Schéma départemental de développement touristique durable,* trois actions distinctes y sont dédiées :

• L'action n°3 est intitulée « Encourager l'accès au tourisme et aux loisirs pour tous ». Son objectif est de permettre à tous les publics aux revenus modestes - les familles, les jeunes, les handicapés, etc. - de faire du tourisme dans la Nord. Elle implique, par exemple, la sensibilisation des prestataires touristiques et des structures d'accompagnement social (associations et

[44] Cf. la retranscription de l'entretien avec Aude Lefevre, du Conseil Général du Nord, au sein du dossier d'outils méthodologiques.

collectivités) au dispositif « Bourse Solidarité Vacances » mis en place par l'ANCV[45], et d'accorder des aides financières aux porteurs de projets touristiques à condition qu'ils soient conventionnés auprès de l'ANCV.

• L'action n°4 s'intitule « Offrir des territoires de liberté en s'appuyant notamment sur le label Tourisme et Handicap ». Il s'agit ici de mener une politique d'ouverture du tourisme aux personnes limitées par divers handicaps. Le Département propose ainsi de réaliser des audits de territoires volontaires (au niveau des hébergements et des sites) pour évaluer leur accessibilité et des actions pour inciter l'ensemble des porteurs de projets d'hébergement ou d'activité touristique à rendre leurs équipements accessibles. L'objectif final est de créer un réseau d'offre labellisée Tourisme et Handicap à l'échelle départementale.

• Le titre de l'action n°8 est « Repositionner les bases de loisirs et les parcs urbains existants pour les rendre accessibles à tous ». Ici encore, le Conseil Général traduit sa volonté de rendre accessibles tous les espaces de loisirs du Nord, qui sont fréquentés par les habitants nordistes, les excursionnistes et les touristes, en améliorant la desserte de transports publics et en multipliant les accès adaptés aux handicapés.

Ainsi, en accord avec les larges compétences attribuées aux départements en matière d'action sociale[46], le Conseil général du Nord oriente le développement touristique dans le sens d'une ouverture du tourisme à un maximum de classes sociales et de publics. Ces actions ont entièrement leur place dans cette stratégie de développement touristique, car elles offrent l'opportunité aux acteurs publics et privés du tourisme de faire preuve de solidarité envers les plus défavorisés et de rendre l'accueil touristique plus équitable sur leur territoire.

Une politique d'accompagnement des hébergements vers la durabilité

Néanmoins, la principale évolution de la politique départementale correspond à la refonte de son dispositif d'aides à l'investissement, destiné à rendre les hébergements touristiques durables. Le Département du Nord intervient ainsi auprès du secteur privé dans le cadre de ses compétences en aménagement rural.

Les bénéficiaires de cette politique peuvent être des particuliers, des entreprises privées ou des associations situés sur des communes de moins de 25 000 habitants, ainsi que des collectivités (communes et intercommunalités) qui s'engagent dans la création ou la rénovation d'un hébergement touristique (la construction est exclue). Plusieurs types de projets peuvent

[45] L'Agence Nationale des Chèques Vacances, qui met en œuvre la politique sociale du tourisme de l'Etat au moyen de plusieurs programmes auprès des salariés et publics défavorisés.

[46] Précisées dans les lois de Décentralisation.

également être soutenus : les hébergements ruraux labellisés (les gîtes appartenant au réseau *Gîtes de France* par exemple, ou encore les meublés de tourisme *Clévacances*), les hôtels, les campings et les équipements de loisirs associés à ces hébergements.

Le dispositif départemental propose au porteur de projet un accompagnement technique durant deux phases : lors de la conception et de la réalisation de sa structure d'accueil, puis lors de son exploitation. Cet accompagnement est assuré par le service Tourisme du Conseil général en collaboration avec des architectes[47] et l'Association des Paralysés de France, sur la base de deux cahiers des charges associés à chaque phase du projet. Il s'agit de grilles d'objectifs très précis, qui diffèrent selon le type d'hébergement et proposent deux niveaux de « durabilité » à atteindre : « Qualité durable » ou « Haute qualité durable ». Les critères permettant d'atteindre ces objectifs sont au nombre de 200 environ pour chaque cahier des charges et concernent des aspects complémentaires tels que la qualité de l'emploi, la qualité paysagère des lieux d'accueil, la réduction des pollutions sur le chantier, la sensibilisation des clients au développement durable, l'achat de produits et services locaux, etc.

En fonction du type d'hébergement et du respect des critères, selon le niveau de « durabilité » visé, le porteur de projet se voit accorder un financement plafonné, qui correspond à 30% des dépenses engagées. Une première subvention correspond aux missions d'études qui doivent être préalablement réalisées et une seconde aux travaux sur la structure d'hébergement. Par ailleurs, lorsque le bâti sur lequel un projet est envisagé détient une valeur patrimoniale, la politique « Hébergement de Pays » est mise en œuvre et permet de majorer ces aides départementales.

L'objectif du Conseil général est de faire connaître ce dispositif d'aides à travers le département et d'étendre la prise en compte des critères de développement durable aux porteurs de projets touristiques non subventionnables (situés dans des communes de plus de 25000 habitants par exemple). Un site Internet public a donc été créé sous le nom de « Guide de l'hébergement touristique durable » (cf. Figure II.5). Le cadre général de cette politique départementale, ainsi que les étapes des projets et les cahiers des charges y sont exposés dans les détails, ce qui encourage tous les hébergeurs à entrer dans cette dynamique de développement durable du tourisme dans le Nord.

Par ce dispositif d'accompagnement technique et financier des acteurs de l'hébergement touristique rural, le Conseil général du Nord traduit sa détermination à répartir les retombées

[47] Ces architectes appartiennent au Conseil d'Architecture, d'urbanisme et d'Environnement (CAUE) du département du Nord.

économiques du tourisme sur l'ensemble du département (et limiter leur concentration autour de la métropole lilloise). Cette politique fondée sur la notion de patrimoine naturel et culturel à préserver, mais également sur l'amélioration de la qualité de vie des habitants et des clientèles, montre que le Département aborde le développement durable du tourisme comme une dynamique endogène qui renforce l'identité territoriale. Ainsi, d'après Aude Lefèvre du service Tourisme du Conseil général[48], cette démarche n'a pas eu à faire intervenir de certifications ou éco-labels sensés rendre l'offre touristique du Nord plus attractive.

Le Département du Nord s'est donc engagé dans des actions de développement touristique durable en relation avec ses compétences territoriales : l'action sociale et l'aménagement rural. Les deux politiques citées impliquent une collaboration étroite avec le secteur privé afin de créer une offre touristique solidaire et éco-responsable à l'échelle du territoire départemental.

Figure II.5 : Page d'accueil du site Internet du Conseil général du Nord dédié à l'hébergement touristique durable



Source : www.cg59.fr

[48] Cf. retranscription de l'entretien dans le dossier d'outils méthodologiques.

3. *L'action publique en faveur du développement durable du tourisme : une question de compétences territoriales ?*

Les politiques touristiques menées par la Bretagne et le Nord mettent en évidence le rôle grandissant de la région et du département dans le développement durable du tourisme en France, tandis que l'État ne s'y engage pas formellement. En effet, sans se fonder systématiquement sur la définition du tourisme durable adoptée en France en 2006, les collectivités publiques inscrivent progressivement les principes de Rio dans leurs stratégies territoriales, y compris de développement touristique. D'autres territoires français ont récemment élaboré des schémas de développement touristique marqués par une ambition de durabilité, tant dans leur processus d'élaboration que dans les actions proposées : les départements de la Nièvre, du Finistère et des Alpes-de-Haute-Provence, ou encore les régions de Picardie ou du Rhône-Alpes.

Par ailleurs, cette analyse comparée montre que les priorités d'action des collectivités dans le secteur du tourisme sont liées aux compétences qui leurs sont propres, qui conditionnent leurs ressources. Effectivement, en accord avec ses missions de développement économique et d'aménagement du territoire, la Région Bretagne intervient auprès des acteurs publics et privés du tourisme de manière à augmenter la compétitivité de ce secteur économique et à créer de nouveaux pôles touristiques sur le territoire régional en dehors du littoral. Quant au Département du Nord, ses domaines d'intervention étant notamment l'action sociale et l'aide à l'équipement rural, ses politiques touristiques se tournent davantage vers les questions d'accessibilité et d'offre touristique en milieu rural. Les schémas de développement touristiques régionaux et départementaux reflètent ainsi le partage des pouvoirs entre les échelons territoriaux qui a été institué par les lois de décentralisation.

Il convient néanmoins de rappeler que les politiques de développement durable du tourisme sont surtout le reflet d'une volonté politique et d'enjeux économiques. En effet, de manière générale, les projets territoriaux de développement durable (qui se traduisent souvent par la mise en place d'un Agenda 21 local) nécessitent un portage politique fort pour aboutir à une concrétisation. Un engagement affirmé des élus en faveur du développement durable favorise ainsi la mise en place de politiques touristiques durables. De plus, la variabilité du poids économique du tourisme sur les territoires français est un facteur qui détermine l'implication des collectivités dans le développement touristique durable. C'est ainsi que la Région Bretagne a décidé de lancer une dynamique de développement durable du tourisme (dans le cadre de son Agenda 21), bien que la consultation et la participation de l'ensemble des opérateurs du

tourisme à l'échelle régionale ait nécessité le déploiement de moyens techniques considérables et plusieurs années de travail collectif.

Ainsi, lorsque les élus et les structures territoriales sont convaincus du bien-fondé et de l'intérêt d'une politique de développement touristique durable et que les acteurs privés du tourisme disposent de relais pour l'accompagnement de leurs projets, la question de l'échelle d'intervention pertinente – régionale, départementale ou locale – n'en est plus une.

C. *Leviers et freins à une dynamique de développement touristique durable en France*

Les données recueillies et les observations réalisées mènent à la conclusion que les acteurs privés et publics du tourisme expérimentent les principes de développement durable et de tourisme durable en fonction de leur approche (économique ou politique) de l'activité touristique. D'une part, les professionnels du tourisme misent sur l'éco-conception et la gestion environnementale, de manière augmenter la rentabilité de leurs établissements et à disposer d'atouts marketing – la certification ou la labellisation par exemple – qui les distinguent sur le marché du tourisme. D'autre part, les collectivités en charge du développement touristique, en particulier les régions et départements, adaptent progressivement leurs politiques aux principes de développement durable dans une logique de projet territorial et d'action relevant de l'intérêt général.

1. Analyse SWOT du système touristique français

À la suite de cet état des lieux, un bilan global du système touristique français est donc proposé. Il prend la forme d'une matrice SWOT (cf Figure II.6), qui rend compte des forces et opportunités à optimiser ainsi que des faiblesses et menaces à minimiser dans une perspective de développement durable et coordonné du tourisme en France.

***Figure II.6* : Matrice d'analyse SWOT du système touristique français**

FORCES	**FAIBLESSES**
• Les entreprises touristiques s'engagent volontairement dans l'application des principes de développement durable, qu'elles voient comme un moyen d'accroître leur activité de manière responsable. • Les collectivités publiques optent progressivement pour des politiques touristiques qui incitent les professionnels à agir pour plus de durabilité dans le tourisme et qui proposent un suivi de leurs démarches. • La concertation avec les acteurs et la démocratie participative s'installent progressivement dans les processus de décision publique, ce qui favorise l'élaboration de schémas de développement touristique durable en ce sens qu'ils recherchent un intérêt mutuel. • ATOUT France s'est emparé du sujet de la mise en œuvre d'un tourisme durable en France et publie régulièrement des guides à destination des acteurs publics et privés.	• Les professionnels de l'hébergement touristique ont tendance à se limiter à des éco-initiatives, par lesquelles ils limitent leurs impacts environnementaux et augmentent la rentabilité de leur activité, mais n'intègrent pas la dimension socio-culturelle du développement durable dans leurs logiques. • Les politiques publiques du tourisme privilégient certains axes de développement durable en fonction des compétences des collectivités territoriales qui les élaborent. Aujourd'hui, ces politiques manquent de connexions entre elles, aux échelons régional et départemental.
OPPORTUNITÉS	**MENACES**
• Les touristes du marché européen sont favorables au développement d'une offre touristique durable. • Le Grenelle de l'Environnement lancé en France a augmenté la sensibilité et l'adhésion des clientèles, des habitants, des professionnels du tourisme ainsi que les élus au respect de l'environnement. • L'Agenda 21 local est un outil d'action adopté par un nombre croissant de collectivités en France, à diverses échelles de territoires.	• Le développement durable est un concept encore méconnu et perçu comme un slogan politique par les Français. • Le « green washing » inspire une certaine méfiance aux clientèles touristiques. • Le tourisme durable est une notion transversale, subjective et évolutive, qu'il est impossible de normaliser et de garantir au moyen d'un label officiel. • Le projet de réforme des collectivités locales risque de limiter la clause générale de compétence qui fait aujourd'hui du tourisme une compétence partagée par la Région et le Département.

2. *Des atouts à développer*

En considérant les logiques d'action des secteurs privés et publics du système touristique français, on peut voir apparaître des processus qui favorisent la mise en place d'une dynamique de développement touristique durable en France. En effet, de nouvelles interactions s'établissent dans le cadre du tourisme durable.

Le premier élément ressortant de cette analyse est que les professionnels du secteur privé du tourisme sont conscients de la nécessité de faire évoluer leur offre vers plus de durabilité. Les démarches éco-engagées, qu'il s'agisse d'éco-conception de structures d'accueil touristique ou de labellisation de leurs système de gestion environnementale, se multiplient et sont largement soutenues par les collectivités et organismes publics tels que l'ADEME. Le financement public des initiatives privées éco-responsables constitue un premier pas vers la coordination des acteurs pour développer une offre touristique plus durable. De plus, avec des systèmes de subventions aux porteurs de projets du tourisme conditionnées au respect des principes et critères de développement durable, les acteurs publics du tourisme initient et planifient le développement durable du tourisme en collaboration étroite avec le secteur privé.

Par ailleurs, l'implication croissante des acteurs et des habitants aux prises de décision publiques, grâce à la mise en place de dispositifs de consultation et de concertation par les collectivités, est le principal facteur favorisant l'émergence de stratégies touristiques durables. Les démarches participatives sont les seules à garantir la prise en compte d'un intérêt mutuel sur les territoires. Elles sont essentielles à la mise en œuvre d'un développement touristique qui apporte satisfaction aux touristes, assure une qualité de vie aux habitants et améliore la compétitivité du secteur économique du tourisme, tout en répondant à des ambitions politiques. Autrement dit, le décloisonnement qui s'opère progressivement entre les acteurs du système touristique contribue au développement durable des destinations françaises.

Des opportunités se présentent également au système français du tourisme, qui devraient l'inciter à évoluer vers plus de durabilité. En effet, une série d'études a récemment été lancée par ATOUT FRANCE afin de mesurer la sensibilité des clientèles européennes de la France, métropolitaine et d'outre mer, aux éco-initiatives des opérateurs touristiques ou des responsables de destination[49]. Elle a permis d'arriver aux chiffres suivants, qui encouragent à entreprendre des initiatives pour le développement d'un tourisme plus durable en France :

[49] Enquête quantitative ATOUT FRANCE – GMV Conseil réalisée en 2009 : 1 500 enquêtes sur les marchés France – Grande Bretagne – Allemagne (500 personnes, ayant déjà réalisé des vacances en France, par marché).

- 88% de la clientèle française trouve la démarche « tourisme durable » intéressante,
- 86% des clients français sont prêts à adopter un comportement d'éco-consommateur sur leur lieu de séjour,
- 56% de la clientèle française se dit prête à privilégier un hébergement disposant d'un écolabel,
- 60% des clients français, britanniques et allemands perçoivent le caractère durable comme un « plus », à valeur égale de prestation,
- 10% des clients français, britanniques et allemands considèrent le caractère durable comme un élément de choix, à intégrer comme critère essentiel.

La publication prochaine de ces données devrait accroître la motivation des acteurs touristiques français à intégrer les principes de durabilité dans leurs stratégies de développement.

Le système touristique français présente donc une certaine avance pour ce qui est de la rencontre des divers groupes d'opérateurs touristiques et de leurs logiques d'actions. Face à une demande croissante en matière de produits et sites touristiques durables et dans un contexte général d'expérimentation des principes du développement durable dans le fonctionnement des territoires, les mesures d'incitation des acteurs touristiques et le décloisonnement des réflexions sont donc une voie à poursuivre.

3. Des obstacles à surmonter

Cependant, cette dynamique collective de développement touristique durable freinée par certains facteurs qui doivent être pris en considération.

D'une part, les initiatives actuelles des acteurs privées du tourisme ne suffisent pas à développer un tourisme durable en France. En effet, la prise en compte du développement durable par les entreprises touristiques semble se restreindre à l'éco-engagement, c'est-à-dire à la réduction des pollutions et à une meilleure gestion des ressources naturelles dans l'objectif de préserver la qualité des sites touristiques et de réaliser des économies. Les considérations socio-culturelles sont rarement intégrées et formalisées dans les initiatives « responsables » des PME du tourisme, alors que l'équilibre social et le respect des identités culturelles locales sont des facteurs essentiels au développement touristique durable des territoires.

De plus, les politiques publiques et les systèmes de labellisation ne s'appliquent pas encore à l'ensemble des acteurs privés du tourisme. Or, il est indispensable d'impliquer non seulement les hébergeurs, mais également les prestataires d'activités et les transporteurs dans le processus de développement touristique durable en France. C'est avec l'engagement des multiples acteurs

du tourisme qu'il est possible de créer des réseaux engagés dans le tourisme durable et de proposer une offre cohérente et lisible sur les territoires touristiques.

Par ailleurs, le fait que le développement durable soit encore considéré comme un « effet de mode » par de nombreux Français est un véritable frein au développement touristique durable. En effet, les élus doivent convaincre les habitants et les professionnels du tourisme que le développement durable du tourisme sur leur territoire est un projet réalisable et porteur d'avenir, et non seulement un slogan politique, afin que leurs décisions impulsent une réelle dynamique au sein du système d'acteurs touristiques.

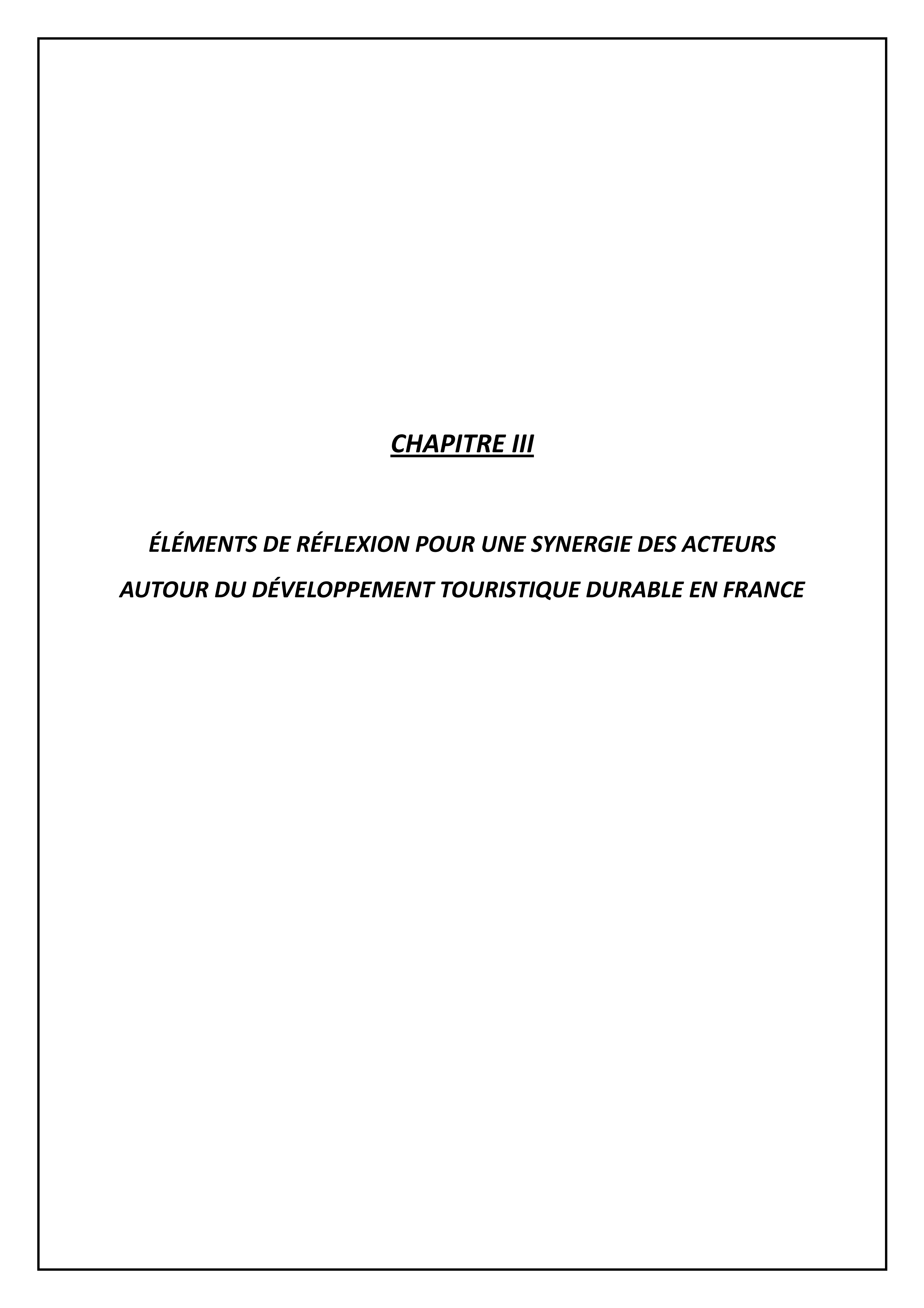
Enfin, il est nécessaire de rappeler que les clientèles se méfient du « green washing », qui correspond à l'habillage marketing d'une offre commerciale avec des déclarations d'éco-engagement non-fondées, ou à l'auto-labellisation écologique des entreprises et de leurs produits. Le système touristique français doit accroître les garanties qui permettent de reconnaître les prestations touristiques respectueuses des principes de développement durable, par exemple au moyen de la certification environnementale des entreprises et des sites. Toutefois, il est impossible d'envisager un label de « tourisme durable », car cette notion est évolutive et basée sur des critères subjectifs, et n'est donc pas normalisable à l'échelle de la France entière.

Enfin, bien que la demande des touristes européens pour une offre touristique plus durable en France soit réelle, les chiffres d'ATOUT FRANCE prouvent que cette tendance se traduit rarement par des actes d'achat effectifs. En effet, seuls 4% des Français disent avoir acheté une offre relevant du tourisme durable ou responsable, contre 17% des Allemands et des Britanniques venant en France. Parmi les produits consommés par ces touristes, 17% correspondent à des hébergements s'engageant dans le respect de l'environnement et 15 % des modes de transport respectueux de l'environnement[50].

Au terme de ce panorama général des initiatives de développement touristique durable mises en œuvre par le système touristique français, quelques enseignements peuvent être tirés quant aux modalités d'actions permettant d'impulser et de piloter une dynamique de tourisme durable sur les territoires en France.

---

[50] Idem.



CHAPITRE III

ÉLÉMENTS DE RÉFLEXION POUR UNE SYNERGIE DES ACTEURS AUTOUR DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE EN FRANCE

A. *Renforcer les capacités du système touristique par la réflexion collective et le partenariat*

Le développement durable du tourisme est un processus global, qui concerne l'ensemble des parties prenantes du système d'acteurs touristique français : Etat, collectivités territoriales, entreprises touristiques, habitants, touristes. Néanmoins, les principaux porteurs de projets touristiques sont les collectivités publiques qui détiennent le pouvoir décisionnel et les moyens nécessaires à l'élaboration de stratégies touristiques cohérentes et à la réalisation d'actions durables sur les territoires.

Dans une logique de développement durable, les élus ont la responsabilité d'organiser une réflexion commune afin d'aboutir à des politiques qui intègrent la multiplicité d'acteurs et d'enjeux touristiques de leurs territoires. D'après un élu local, lorsqu'une collectivité s'engage dans le développement durable du tourisme, *« il ne s'agit plus tellement de décider mais d'organiser le processus collectif de construction des décisions au service de l'action »*[51]. En effet, le panorama des initiatives privées et publiques présenté dans le chapitre précédent conduit à dire que la gouvernance des territoires touristiques et le partenariat entre les acteurs à différentes échelles sont des éléments essentiels au lancement d'une dynamique globale de tourisme durable en France.

1. *La participation des habitants et des touristes : étape primordiale pour une gouvernance des territoires touristiques*

La gouvernance locale renvoie à un mode d'administration territoriale qui n'impose pas une situation d'autorité, mais qui fait intervenir tous les acteurs aux processus de décision. L'objectif est de multiplier les points de vue, de résoudre les conflits, de faire converger les intérêts et de coordonner les actions sur le territoire.

Cette notion de gouvernance fait écho à la définition du tourisme durable fournie par l'OMT (2004) : *« Le développement durable du tourisme requiert la participation, en connaissance de cause, de tous les acteurs concernés, ainsi qu'une forte direction politique pour assurer une large participation et l'existence d'un consensus ».* Lorsqu'il s'agit de décider de mener une politique

[51] Cf. citation de Thierry Burlot, in ODIT France (2007), « Le tourisme durable par l'expérience : le terrain commande ».

touristique, la gouvernance implique en premier lieu la participation des habitants du territoire, mais fait également appel à la consultation des touristes et excursionnistes.

Assurer une démocratie participative

Les habitants constituent le premier groupe d'acteurs impacté par le développement du tourisme, car il a une incidence importante sur leur cadre de vie quotidien. Pour que les politiques touristiques menées par les collectivités répondent aux critères de développement durable, leur voie doit nécessairement être prise en compte par une démocratie participative.

Le processus de démocratie participative est complémentaire à celui de la démocratie représentative, par laquelle les citoyens expriment leur volonté en élisant des représentants à qui ils délèguent leur pouvoir. Conformément à la déclaration de Rio, le principe de participation est défini comme un droit d'accès du public aux informations relatives à l'environnement et à l'aménagement de leur territoire, mais aussi et surtout comme une association des habitants à l'élaboration des décisions concernant leur territoire.

La démocratie participative présente trois facettes qui sont autant de facteurs de succès pour les démarches publiques de développement touristique durable :

- *L'information doit être compréhensible et accessible au plus grand nombre*. Dans un premier temps, la démocratie participative permet aux habitants de prendre connaissance des dynamiques et des projets touristiques en cours sur leurs territoires, assurant ainsi la transparence des politiques menées.

- *La consultation consiste à recueillir les avis*. Elle est également essentielle, car elle donne aux habitants la possibilité d'exprimer leurs diverses opinions sur les projets ou politiques touristiques en gestation, puis de soumettre leurs propositions aux structures de décision. Ainsi, mettre en place un dispositif de consultation, par une enquête publique, des rendez-vous participatifs ou un forum en ligne, mène à identifier les intérêts individuels et les attentes de la population en matière de développement touristique (cf. Figure III.1).

- *La concertation sert à construire une réflexion collective.* Les réunions publiques de concertation permettent la mise en place d'un débat constructif autour des enjeux identifiés par les uns et les autres – qu'ils soient divergents ou convergents – et d'esquisser collectivement des solutions aux conflits. La concertation avec les habitants et/ou leurs représentants nourrit ainsi la réflexion par l'échange et contribue à faire émerger une vision commune du tourisme durable.

***Figure III.1* : Extraits de document destiné aux participants d'un forum participatif sur le développement du tourisme dans le Finistère**



rendez-vous participatif rendez-vous participatif rendez-vous participatif

QUEL DÉVELOPPEMENT DU TOURISME DEMAIN EN FINISTÈRE ?

rendez-vous participatif rendez-vous participatif rendez-vous participatif

13 mai 2008 - Quimper





Pourquoi un rendez-vous participatif ?



ÉCHANGER ENSEMBLE AUTOUR DU SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

> 1999 : un premier schéma du tourisme en Finistère

1999 a vu l'adoption du premier schéma départemental de développement touristique qui a fait l'objet d'un bilan d'étape en 2002.
Il a été suivi d'une actualisation, pour la période 2003-2006, s'inscrivant dans la continuité des objectifs majeurs de 1999 et proposant une vision élargie, plus transversale pour conforter et développer les partenariats, de façon à faciliter l'émergence d'une dynamique territoriale par l'action conjuguée des acteurs publics, des entreprises et des associations.

Ce cadre s'articule autour de quatre objectifs :

- Objectif 1 : développer le tourisme en toutes saisons
- Objectif 2 : valoriser les atouts et l'identité du Finistère
- Objectif 3 : renforcer la compétitivité des entreprises et les services à la clientèle
- Objectif 4 : affirmer le rôle moteur du tourisme dans le département

> 2006 : Bilan

- Mise en place de conventions d'objectifs tripartites entre le Conseil général, le Comité départemental du tourisme et les acteurs touristiques (Pays touristiques, Fédération départementale des offices de tourisme et syndicats d'initiative).
- Mise en œuvre des 55 actions du schéma : 51 se sont concrétisées et 4 actions réorientées ou annulées, en raison, notamment, de l'évolution d'un contexte touristique.

> Jusqu'en 2007 : prolongation du schéma

Il a été décidé de prolonger la validité du schéma jusqu'à fin 2007, afin d'intégrer dans le nouveau schéma, des éléments issus :

- de l'Agenda 21, programme d'actions pour le développement durable du Finistère, adopté par le Conseil général en juillet 2006.
- du premier schéma régional du tourisme en cours de préparation.
- des résultats de l'enquête MORGOAT « tourisme et excursionnisme », menée dans le cadre d'un partenariat Etat/Région et départements bretons (Conseils généraux et Chambres de commerce et d'industrie).

> La responsabilité du Conseil général

La loi de 1992 a confié aux Conseils généraux la réalisation de schémas d'aménagement touristique. Ils ont pour vocation de fixer des objectifs de développement et de les traduire dans des plans d'action opérationnels. Le schéma comporte également un volet en matière de gouvernance du tourisme.

Source : www.finisteretourisme.com

Les touristes, des habitants à intégrer à la réflexion

Par ailleurs, la construction d'une dynamique visant la durabilité du développement touristique ne peut se passer du point de vue des touristes. Etant les acteurs de la demande touristique et des habitants temporaires des destinations qu'ils visitent, les touristes sont évidemment à inclure dans le dispositif de consultation.

D'une part, les touristes sont des consommateurs qui ont des avis et des attentes à exprimer en ce qui concerne l'offre touristique et de loisirs des territoires : L'accueil général les satisfait-il ? Comment évaluent-ils la qualité des prestations d'hébergement et d'activités touristiques consommés ? Souhaitent-ils renouveler leur expérience touristique sur ce territoire et pourquoi ? Selon, quels aspects de l'offre est à améliorer ? Les remarques et propositions ainsi recueillies sont nécessaires pour orienter les évolutions de l'offre touristique du territoire en termes de qualité et de positionnement par exemple.

D'autre part, les touristes et excursionnistes habitent temporairement le territoire lors de leur visite ou séjour. A cette occasion, ils deviennent des usagers des infrastructures et espaces de vie du territoire. Les visiteurs donc exposer leur perception générale de l'aménagement touristique du territoire : L'accessibilité du territoire et des sites touristiques est-elle suffisante ? Quels sont les modes de transports qu'ils privilégient et pourquoi ? Quelles sont les zones touristiques attractives du territoire et pourquoi ? D'après eux, de quelles infrastructures le territoire manque-t-il ? Les décisions liées à l'aménagement du territoire doivent impérativement se baser sur ce type de commentaires pour répondre à des besoins réels.

Bien qu'elle soit longue et délicate à mettre en place, la démarche participative est donc une étape primordiale au développement durable du tourisme sur les territoires. Comme l'a montré le cas de la région Bretagne, une enquête menée auprès des visiteurs permet de recueillir des suggestions qui enrichissent la réflexion stratégique autour du développement touristique. C'est ainsi que les habitants et les touristes peuvent conserver leur position, au cœur du système d'acteurs et de toute activité touristique.

2. *Une coopération multilatérale pour des politiques touristiques efficaces et cohérentes*

En plus de la société civile, la gouvernance des territoires touristiques passe par une association entre acteurs économiques et collectivités par des dispositifs de concertation et de contractualisation. Par ailleurs, le partenariat entre les structures décisionnelles fonctionnant à de multiples échelles de territoire contribue à la cohérence des stratégies touristiques.

La concertation avec le secteur privé dans une logique de projet

Afin de mener des stratégies de développement touristique durable, les structures publiques en charge du tourisme doivent intégrer la diversité des entreprises du tourisme dans leur prise de décision. En effet, la construction d'un développement touristique durable fait entrer les acteurs publics et privés du système touristique dans une logique de projet commun et demande une concertation régulière.

Tout d'abord, la concertation entre les élus et les professionnels du tourisme est nécessaire pour disposer d'un diagnostic partagé du territoire. Il s'agit d'identifier la multiplicité des représentations et des pratiques touristiques qui sont menées, de connaître les problèmes qui se posent aux professionnels, de repérer leurs attentes et ambitions, et de cerner les moyens qu'ils sont prêts à mobiliser dans le cadre du développement durable du tourisme. Sur la base de cet état des lieux, le plus exhaustif possible, un diagnostic représentatif des enjeux du territoire peut être élaboré et servir à la réflexion collective.

Ensuite, poursuivre la concertation avec le secteur privé est essentiel pour parvenir à la définition d'axes de travail majeurs pour le développement touristique du territoire et pour aboutir à un plan d'actions réaliste. En effet, des échanges répétés avec les prestataires touristiques ou leurs représentants permettent de valider ou de réorienter la stratégie touristique envisagée par les élus, puis de mettre en place un programme d'actions qui reflètent justement les besoins et capacités des acteurs de terrain. Ainsi, la concertation vise une intervention plus efficace des collectivités auprès des professionnels du tourisme et une mise en œuvre plus effective des objectifs de durabilité.

L'accompagnement des entreprises engagées et innovantes

La gouvernance des territoires est également définie comme un processus de mise en œuvre des décisions à partir d'un partenariat formel ou informel public-privé. Comme l'a démontré le panorama des démarches privées, les entreprises touristiques s'engagent volontairement dans l'éco-gestion ou l'éco-conception de leurs établissements. Pour étendre cette logique responsable à un maximum de prestataires touristiques, conforter les entreprises dans leur processus d'amélioration continue et stimuler de nouveaux projets de tourisme durable, les collectivités doivent impérativement proposer une aide financière au secteur privé.

Comme dans le cas du département du Nord, un système de subventions lié au respect d'un cahier des charges précis – concernant les dimensions environnementale, sociale et économique du développement durable – est un moyen d'inciter les entreprises à s'engager dans une démarche de tourisme durable (accompagnée d'une labellisation ou non). En amont et tout au long de leur démarche, les professionnels doivent également pouvoir bénéficier d'un accompagnement technique adapté. Ainsi, les collectivités participent aux investissements

touristiques réalisés par le secteur privé pour atteindre les objectifs de durabilité qui ont été fixés dans la stratégie de développement touristique.

De plus, le changement et l'innovation touristique sur les territoires peuvent être stimulés par le lancement de « défis » aux entreprises touristiques. En effet, en procédant par des appels à projets ou des concours sur des thématiques correspondant au plan d'action stratégique, les collectivités telles que la région Bretagne (cf. Figure III.2) favorisent l'émergence de nouveaux acteurs et d'initiatives innovantes en matière de tourisme durable. L'objectif est alors de distinguer les entreprises sélectionnées par un prix et de les soutenir par une aide financière, mais également de les intégrer à un réseau de prestataires impliqués dans la durabilité du tourisme sur le territoire afin de structurer l'offre.

Le partenariat entre échelles territoriales

Le développement touristique durable nécessite des compétences qui sont aujourd'hui partagées entre plusieurs entités, à diverses échelles : région, département, communes. Cette imbrication des pouvoirs donne lieu à de multiples stratégies territoriales, qui se recoupent et se complètent. Afin de garantir la cohérence, l'efficacité et la pérennité de l'action publique en matière de développement touristique, la mise en place de partenariats contractuels entre collectivités et structures publiques chargées du tourisme devient alors une nécessité.

L'articulation des politiques touristiques régionales et départementales est un premier pas vers un développement touristique durable. En effet, le schéma régional de développement du tourisme est le moyen légitime de la Région pour fixer les modalités et les conditions de mise en œuvre des objectifs touristiques définis au plan régional. Le schéma départemental doit prendre en compte les orientations régionales, notamment en termes d'axes prioritaires et de planification des aides directes et indirectes aux entreprises.

Par ailleurs, la contractualisation permet de faire de chaque acteur local un co-partenaire du développement touristique et d'appréhender l'action publique à l'échelle territoriale la plus pertinente, celle des territoires de vie. En effet, le contrat de territoire est le point de rencontre entre la stratégie régionale ou départementale et la vision intercommunale ou communale du tourisme, avec la mise en place de moyens financiers nécessaires à la réalisation des projets et des actions au niveau local. Il s'agit d'un outil privilégié pour rendre les collectivités locales plus réactives et plus performantes en matière de développement touristique durable, et leur confier des missions spécifiques, pour une cohérence des actions et projets menés sur le territoire.

Bien que la gouvernance soit progressivement adoptée comme le « bon » mode d'administration des territoires en France, la mise en place concertée de stratégies touristiques durables se heurte aujourd'hui à des obstacles que les collectivités doivent dépasser.

<u>Figure III.2</u> : Extraits de plaquette de présentation d'un appel à projet sur le thème de l'accessibilité du tourisme en Bretagne

• environnement Et tourisme •

ÉDITION 2009

LE CONSEIL RÉGIONAL DE BRETAGNE ORGANISE :

la 3e édition du
Challenge Accessibilité & Tourisme en Bretagne"

Région BRETAGNE

LE DÉFI

- Créer une offre touristique au service des Publics en situation de handicap.

- Développer l'accueil des touristes en situation de handicap est l'un des grands défis à relever pour la Bretagne avec l'ensemble des acteurs locaux. Cette dynamique a pour ambition de positionner notre économie touristique dans le cadre d'un engagement de chacun reposant sur des valeurs de solidarité.

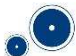
- Le Challenge « Accessibilité et Tourisme », est mis en œuvre afin d'encourager les initiatives en soutenant et communiquant sur des actions exemplaires. Treize d'entre elles, après sélection du Jury régional, seront primées.

- Nous devons plus que jamais mobiliser nos efforts en direction des quatre familles de handicap définissant le label Tourisme et Handicap. Dans ce cadre, tous les prestataires du tourisme se doivent de conduire leurs actions vers la qualité et l'excellence d'une accessibilité pour tous.



EN CHIFFRES

Environ 20 millions de personnes en 2005 déclarent au moins une déficience ou une difficulté dans la vie quotidienne.



EN RÉALITÉ

L'offre touristique doit répondre à une demande croissante de ce marché actuellement loin d'être satisfaite.

Source : www.bretagne.fr

3. *Des obstacles récurrents à la coordination du système touristique*

En dépit de ces dispositifs de consultation des habitants et touristes, de concertation avec les entreprises touristiques et de partenariat entre structures publiques chargées du tourisme, la coordination reste difficile à obtenir au sein du système touristique. Effectivement, la mise en relation d'acteurs très divers, tant dans leur nature, leurs intérêts que leurs approches du tourisme et du développement durable, rend la construction d'un consensus très complexe autour du développement touristique durable de leur territoire.

Concertation et culture politique française

Par ailleurs, Alban et Lewis (2005)52 ont démontré que l'incompréhension et les conflits d'acteurs peuvent persister au sein des démarches territoriales de concertation en raison de la culture politique française : *« Le défaut de coopération est essentiellement dû à un problème de culture, qui alimente des comportements contraires aux exigences de la démarche participative. »* Les auteurs distinguent ainsi quatre comportements qui constituent de réels obstacles à la coordination des acteurs dans une perspective de gouvernance territoriale, et qui peuvent indiscutablement s'appliquer au système touristique :

La méfiance : Pour un bon déroulement de la concertation, les participants (habitants et professionnels du tourisme) sont sensés faire preuve d'initiative et amener des propositions. Or, les acteurs développent de façon spontanée une méfiance vis-à-vis des processus participatifs, et dans une position d'observateur passif et d'attente de la décision.

L'individualisme : La plupart des professionnels concernés aiment travailler seuls, par leurs propres moyens, ou sein de leur propre réseau. Pour cette raison, même lorsqu'elle est une obligation, la concertation n'intervient pas automatiquement dans leurs prises de décisions, chacun étant attaché à conserver son indépendance d'action.

L'opportunisme : la coopération entre les acteurs ne constitue souvent qu'un ultime recours pour faire face à une situation d'urgence. Ainsi, en cas de nécessité, les acteurs publics et privés sont capables de coopération par opportunisme. Toujours dans cet esprit opportuniste, on constate souvent un détournement des objectifs premiers des concertations, vers d'autres intérêts, financiers ou de pouvoir par exemple.

[52] ALBAN N. & LEWIS N (2005), « L'évaluation des processus de concertation et de gouvernance du territoire sur le littoral aquitain », VertigO, Vol 6, n°3, déc, 11 p.

L'ambition : Les enjeux de pouvoir contribuent fortement à l'échec des concertations, en créant des tensions entre les acteurs. En effet, en contradiction avec la philosophie de la démocratie participative, la crédibilité et la légitimité d'un acteur est mesurée à sa capacité de blocage.

Face à de tels comportements, la mise en place d'une démarche de concertation ne peut pas être immédiate et une évolution du contexte politique du territoire est nécessaire pour aboutir à une coopération efficace des acteurs.

Une démarche qui exige du temps

Les collectivités sont conscientes que le débat contradictoire peut nourrir la réflexion et contribuer au lancement d'une dynamique de développement touristique durable. C'est pourquoi, il est essentiel de prendre en compte ces obstacles au dialogue et de prendre le temps nécessaire à la mise en place les conditions propices à un échange constructif entre les acteurs :

- En amont, du temps doit être consacré à la préparation de la concertation. Durant cette phase, il s'agit de comprendre l'état de l'opinion publique afin de préparer un système de concertation qui intègre déjà les thèmes principaux de préoccupation des acteurs du tourisme.
- Puis, le choix de la date de la concertation doit être décidé en fonction de divers paramètres. En effet, le « bon » moment est celui auquel un maximum d'acteurs est disponible et lorsqu'ils ont clairement à l'esprit les problèmes qui se posent à eux, après la haute saison touristique par exemple. Le calendrier électoral doit également être pris en compte.
- Enfin, les divers dispositifs de concertation doivent être mis en place sur une durée qui permet de recueillir un maximum d'avis ou, lorsqu'il s'agit de réunions publiques et de rendez-vous d'acteurs, être répétés à une fréquence raisonnable pour que la réflexion progresse.

En plus d'un renforcement des interactions au sein du système touristique français, la dynamique de développement touristique durable nécessite une coopération des acteurs publiques et privés avec d'autres réseaux d'acteurs ainsi qu'une adaptation des échelles de réflexion aux réalités territoriales.

B. Adapter les modes d’action aux réalités du secteur touristique et au contexte territorial

Selon Véronique Brizon, du réseau Rn2D[53], *« l’uniformatisation de la gestion du tourisme serait contre-productive et inadaptée au modèle territorial français qui présente une si grande diversité ».* En effet, il n’existe pas de standard d’organisation et de développement touristique qui soit applicable partout en France, ni de modèle unique garant de la durabilité du tourisme. Comme l’indique la publication d’ODIT France (2006), « le terrain commande » dans le sens où les objectifs des politiques, les modalités d’intervention publique et les projets touristiques mis en place sont le fruit de la configuration d’acteurs du tourisme et de « l’ambiance territoriale ».

De plus, l’application des principes de développement durable dans le tourisme implique d’intégrer de nouveaux acteurs dans le système touristique et d’adopter des méthodes de travail qui dépassent le cadre des territoires administratifs.

1. Des structures d’appui aux initiatives publiques et privées

En termes de gestion environnementale, les démarches des entreprises touristiques françaises sont aujourd’hui soutenues par deux groupes d’acteurs publics incontournables : l’Agence de l’Environnement et de la Maîtrise de l’Energie (ADEME) et les chambres consulaires.

Le rôle d’expertise environnementale de l’ADEME

L’ADEME est un établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC), placé sous la tutelle de deux ministères, qui participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Selon son site officiel[54], l’agence nationale met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public et les aide à financer des projets, afin de progresser dans leurs démarches de développement durable. Son action couvre cinq domaines : la gestion des déchets, la préservation des sols, les économies d’énergie et les énergies renouvelables, la qualité de l'air, la lutte contre le bruit.

L'ADEME est un acteur de proximité qui participe à la construction des politiques locales et contribue à un développement durable des territoires. Elle s’appuie sur un réseau de vingt-

[53] Réseau national des destinations départementales.

[54] www2.ademe.fr

six délégations régionales et de trois représentations en outre-mer pour mener une politique contractuelle forte, dans le cadre des contrats de plan État/Région. Les services de l'ADEME participent ainsi, en partenariat avec les Régions, au développement touristique durable en France.

En effet, les délégations régionales de l'ADEME s'associent aux services des Conseils Régionaux et mettent en place des dispositifs d'accompagnement des collectivités locales et entreprises dans leurs démarches de gestion environnementale transversales (management environnemental et RSE) ou thématiques (sur les cinq domaines évoqués). Les actions éligibles sont principalement les aides à la décision : pré-diagnostic, diagnostic, suivi de l'amélioration des performances environnementales ou des étapes de labellisation. Quant aux aides financières à l'investissement, elles sont envisageables en fonction de la qualité du projet touristique en termes de bénéfices environnementaux. Ces dernières s'adressent plus particulièrement aux PME et TPE du tourisme, tels que les campings, les hôtels indépendants ou encore les gîtes ruraux et concernent principalement les questions d'efficacité énergétique et d'énergies renouvelables, avec l'installation d'un chauffe-eau solaire par exemple.

Toutefois, des accords cadres ont également été passés au niveau national avec des fédérations professionnelles (comme l'Union des métiers et des Industries de l'Hôtellerie) et des grands groupes pour se décliner localement. Par exemple, le groupe international Accor a conclu pour la France un partenariat avec l'ADEME en 2005, qui s'articule autour de six sujets : le développement des énergies renouvelables, la maîtrise de l'énergie, la prévention et la gestion des déchets, la coopération internationale, la sensibilisation et l'éco-conception[55]. Le principal projet consiste actuellement à mettre en place cent hôtels à énergie solaire sur le territoire français (cf. Figure III.3).

[55] Cf. site du groupe Acccor : www.accor.com.

Figure III.3 : Le projet français « 100 hôtels solaires » issu du partenariat Accor - ADEME

BONNE PRATIQUE



Hôtels écologiques

Projet « 100 hôtels solaires »

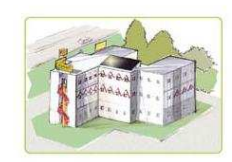


Présentation

Dans le cadre de son programme de développement durable « Earth Guest », le Groupe met en place le projet « 100 hôtels solaires ».
L'objectif est d'équiper, d'ici à 2010, une centaine d'hôtels, dont un grand nombre d'Etap Hotel et de Formule 1. Ces installations seront réalisées en France en partenariat avec l'ADEME (l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie). Une cinquantaine d'hôtels Accor sont déjà équipés de panneaux solaires (France, Maroc, Brésil, Chine, Australie). Les 100 hôtels s'ajouteront à ceux déjà équipés.

Mise en œuvre & résultats

Les capteurs solaires interviendront pour **produire l'eau chaude sanitaire**, avec un taux de couverture moyen sur une année de 50%. Les hôtels concernés se répartissent sur plusieurs marques : 47 F1, 19 Etap Hotel, 10 Ibis, 16 Mercure, 21 Novotel.



Si le principe du solaire thermique est simple, son application nécessite la conception de solutions techniques adaptées (choix des matériaux, systèmes de régulation et résistance des pompes de circulation).

Accor a instauré **une collaboration efficace avec CLIPSOL, une entreprise capable de réaliser l'ensemble du système de production solaire**. Cette collaboration permet de progresser sur les points suivants :

- Maintenance : Identification d'une solution pour éviter les surchauffes en été ;
- Rendement : Permettre le chauffage de la boucle d'eau chaude de l'hôtel par le solaire ;
- Economie : Diminuer les coûts en pré-fabriquant la structure porteuse des panneaux ;
- Organisation : Entreprise comme interlocuteur unique de Accor ;

A ce jour, une dizaine d'établissements ont été équipés et une trentaine d'autres sont en cours d'étude. La majorité des hôtels sont réalisés selon une conception unique du système solaire. Quelques-uns permettront de mettre en œuvre d'autres technologies (tubes sous vide, système vidangeable, …).

Un affichage dans le hall des hôtels indiquera en instantanée aux clients la production solaire cumulée.

Aspect financier

Investissement :
La réalisation d'un appel d'offre pour 100 hôtels a permis de diminuer le coût d'investissement. Toutefois, cette réduction est limitée par la dispersion géographique des hôtels, les différences entre hôtels (toitures, plan masse, …) et le temps de pose de l'installation. Le prix au m2 variera en fonction des hôtels et devraient se situer en moyenne autour de 700 euros/m2.
Subventions de l'ADEME
Elles couvrent 40% de l'investissement relatif à l'ensemble du système.
Economies d'énergie :
Elles sont fonction de l'ensoleillement. A Lyon, la productivité est d'environ 570 kWh/m2/an, ce qui induit une économie annuelle de 28 euros/m2. Le temps de retour sur investissement reste donc supérieur à 15 ans en tenant compte des aides de l'ADEME.

Perspectives

Sensibilisation de nos clients au solaire thermique ; retour d'expériences partagé avec l'ADEME sur des systèmes innovants.

Direction Développement durable - 2009



Source : www.accor.com

Les Chambres de Commerce et d'Industrie : un réseau actif visant la compétitivité

Les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) sont des établissements publics administratifs de l'État répartis en réseau sur le territoire français, chargés de représenter les intérêts généraux du commerce, de l'industrie et des services de leur circonscription ainsi que de développer leur espace économique[56].

Pour l'exercice de ces missions, les CCI créent et gèrent des centres de formalités des entreprises et apportent à celles-ci tous les informations et conseils utiles à leur développement. Elles peuvent également créer des dispositifs de conseil et d'assistance aux entreprises. Ainsi, les conseillers Tourisme et Énergie des CCI intègrent progressivement un rôle d'expertise et d'accompagnement des entreprises touristiques dans leurs démarches environnementales ou d'éco-labellisation, 70% des CCI ayant déclaré être actives en matière de tourisme responsable[57].

Certaines CCI élargissent leurs actions à l'échelle de leur territoire. Une enquête[58] évoque le cas de celle du Var qui, avec le soutien de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et de l'ADEME, propose depuis 2001 aux entreprises du tourisme un dispositif en trois étapes : 1) une sensibilisation à la démarche environnementale via la remise d'un écoguide, 2) un accompagnement individuel en souscrivant au « Pack Environnement » (diagnostic des consommations d'eau et d'énergie, de la gestion des déchets, etc., suivi de la mise en œuvre d'un plan d'action, remise d'outils conçus à l'échelle régionale pour valoriser l'engagement de l'entreprise et sensibiliser sa clientèle) et 3) l'animation d'un Club Tourisme & Environnement, lieu d'échange et de partage.

Par ailleurs, l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie (ACFCI) intervient au niveau national pour le développement d'un tourisme durable. Fortes d'un partenariat de plus de 15 ans, l'ACFCI et l'ADEME s'engagent par exemple dans un nouvel accord-cadre pour la période 2009-2012., qui prévoit notamment le renforcement de la sensibilisation et de la formation des conseillers Tourisme, afin de mieux encadrer et structurer les démarches de labellisation engagées par les professionnels du tourisme en France.

De plus, l'ACFCI a récemment présenté aux conseillers « Tourisme » des CCI le programme RESPECT (Responsabilité Environnementale et Sociale pour des Entreprises Compétitives du Tourisme). Il s'agit d'une boîte à outils destinée au pré-diagnostic des entreprises touristiques,

---

56 Cf. www.pme.gouv.fr.

57 Cf. l'Interconsulaire n°105, avril 2009 (revue nationale des CCI).

58 Idem.

qui vise à mesurer leurs marges de progrès sur chacun des axes de développement durable du tourisme, afin de les orienter ensuite vers une démarche appropriée (le système de labellisation Clef Verte ayant été associé à cette réflexion).

De par leurs missions d'accompagnement et/ou de financement, l'ADEME et le réseau des CCI sont des structures publiques auxquelles les collectivités ont donc tout intérêt à s'associer. Leur expertise permet de renforcer les capacités du système touristique français à construire un développement touristique durable. De plus, cette dynamique ne doit pas se cantonner aux limites administratives, mais doit laisser émerger des groupes d'acteurs et projets de territoire à des échelles pertinentes.

2. Les Parcs Naturels Régionaux français : des « laboratoires » pour le développement touristique durable

Bien que les collectivités, telles que les régions et les départements, soient dotées des compétences nécessaires pour établir des stratégies de développement touristique sur leurs territoires, la plupart des projets de tourisme durable français sont menés à une échelle locale, celle des territoires de vie. C'est le cas de certains Parcs naturels régionaux, au sein desquels on observe une mobilisation générale autour des enjeux du développement durable du tourisme malgré les obstacles évoqués précédemment.

Un territoire qui dépasse les limites administratives

Il existe 46 Parcs naturels régionaux (PNR) répartis sur toute la France (cf. Figure III.4), ce qui englobe près de 4000 communes, 21 régions et 69 départements, soit 13% du territoire français. Selon la FPNRF[59], un PNR est *« un territoire rural habité, reconnu au niveau national pour sa forte valeur patrimoniale et paysagère, mais fragile, qui s'organise autour d'un projet concerté de développement durable, fondé sur la protection et la valorisation de son patrimoine [60]»*.

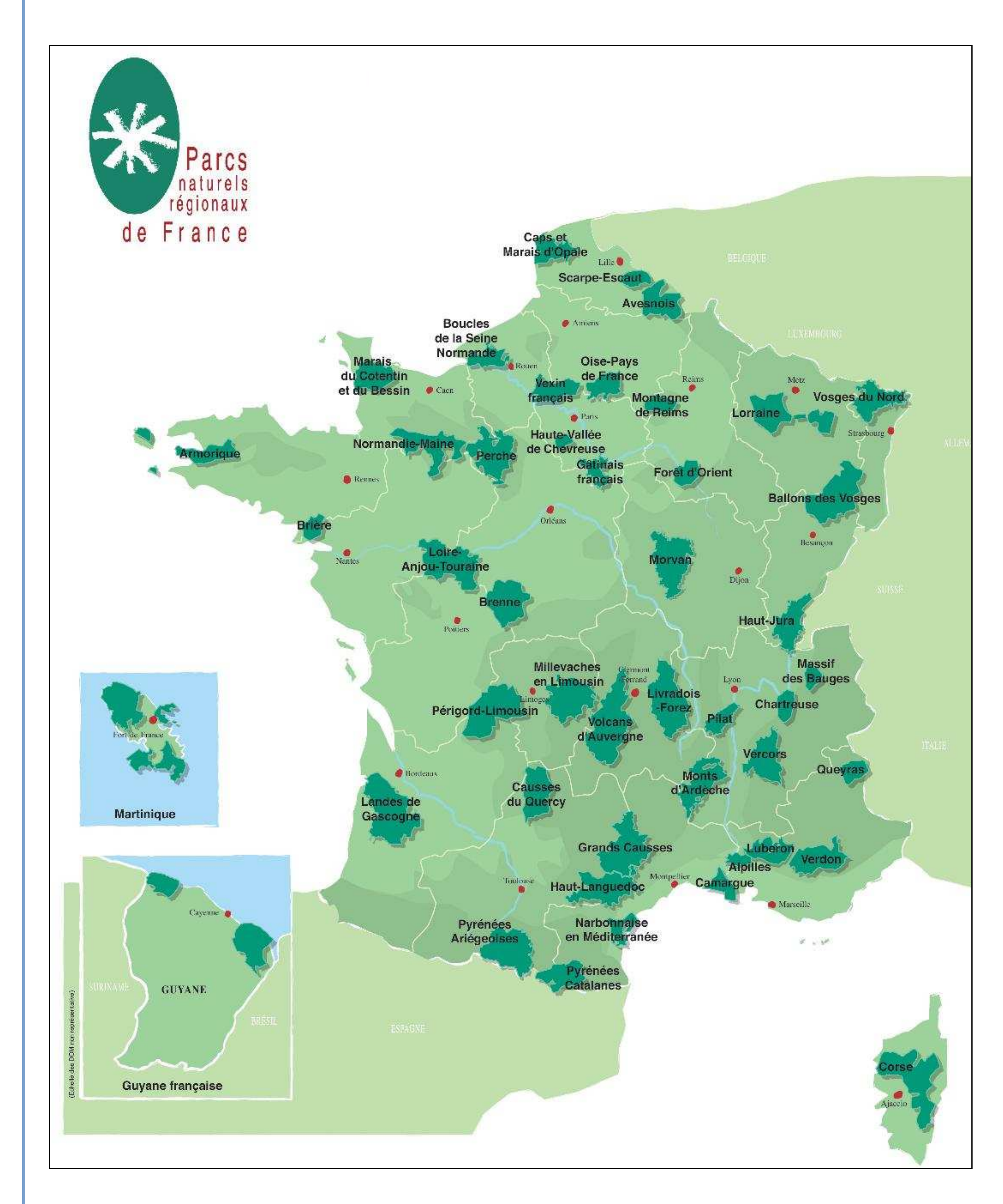
En effet, le territoire d'un PNR représente une entité naturelle et paysagère remarquable d'un intérêt reconnu au niveau national, et qui s'appuie aussi sur une identité forte. Son périmètre n'est donc pas fixé par rapport à des limites administratives, mais il est négocié entre la (ou les) région(s), les départements, intercommunalités et communes concernés.

---

59 Fédération Nationale des Parcs Naturels Régionaux de France.

60 FPNRF, « Argumentaire – 50 questions-réponses sur les Parcs naturels régionaux », mis à jour février 2008, 66 p.

Figure III.4 : Localisation des 46 Parcs naturels régionaux de France



Source : www. www.parcs-naturels-regionaux.tm.fr

Un projet de territoire partagé et cohérent

Un PNR est créé à l'initiative de la Région afin de remplir cinq grandes missions :

- La protection et la gestion du patrimoine naturel culturel et paysager
- L'aménagement du territoire
- Le développement économique et social
- L'accueil, l'éducation et l'information du public
- L'expérimentation de nouvelles méthodes de gestion des territoires.

Sa gestion est assurée par un syndicat mixte qui regroupe toutes les collectivités ayant approuvé la Charte du Parc, le contrat qui formalise juridiquement pour le territoire un projet qui est partagé et soumis à une enquête publique. Selon la FPNRF, l'organisme de gestion du PNR fonctionne *« dans le souci d'une large concertation avec les partenaires locaux grâce à des commissions de travail et organes consultatifs permettant d'associer des représentants associatifs, des partenaires socioéconomiques ou encore des organismes publics »*, pour la définition et la réalisation des programmes d'actions du Parc. De plus, c'est en accord avec le principe de transparence dans la prise de décision que le programme d'actions ainsi que le budget sont présentés et votés annuellement en conseil syndical.

Par ailleurs, une équipe pluridisciplinaire est chargée de mettre en œuvre la Charte du Parc. Elle propose, anime et fait aboutir les actions menées directement par l'organisme de gestion du Parc ou en partenariat. Cette équipe, d'une trentaine de personnes en moyenne, regroupe des compétences de haut niveau en matière d'environnement et de gestion de l'espace, d'aménagement, de développement économique et touristique, d'animation culturelle et de valorisation du patrimoine, d'information et de sensibilisation du public. Le système d'acteurs des PNR intègre donc des experts qui garantissent la qualité du projet mené sur le territoire.

Cette organisation fait des PNR des territoires d'expérimentation en matière de gouvernance et de politique volontariste de développement durable. En effet, pour réussir à mener à un projet cohérent, le syndicat mixte veille à intégrer toutes les composantes du territoire, y compris institutionnelles et administratives, et à prendre en compte l'ensemble des acteurs qui participent à la structuration et à la vie du territoire. Sous cet angle systémique et territorial, les Parcs constituent de vrais laboratoires pour la mise en place d'un développement touristique durable des territoires en France. De plus, la qualité environnementale des sites en fait des destinations privilégiées des touristes français et européens. Ceci a amené plusieurs PNR à élaborer, en complément de leur Charte de territoire, un schéma de développement touristique durable.

La mise en place d'une stratégie de tourisme durable par le PNR de Camargue

Le territoire du Parc naturel régional de Camargue est situé dans le delta du Rhône et se caractérise par une grande richesse écologique. En 2003, l'élaboration d'une première stratégie de tourisme durable avait permis de préciser l'intervention du Parc en la matière, en concertation avec les acteurs locaux, les professionnels et les organismes institutionnels du tourisme. Une nouvelle réflexion a été initiée en 2006 et achevée en 2010, avec ces mêmes partenaires, afin d'identifier les orientations futures du tourisme en Camargue[61].

Cette démarche s'inscrit dans le cadre de la révision de la Charte du Parc, qui portera sur la période 2010-2022, mais également en vue d'appliquer les principes de la Charte Européenne du Tourisme Durable (CETD) dans les espaces protégés. Dans cette perspective, le PNR et les acteurs du territoire se sont efforcés d'établir une stratégie qui prenne en compte un état des lieux de l'activité touristique. Elle repose sur les missions du Parc et de ses partenaires, et leur offre une orientation commune en matière de tourisme durable.

Pour la réalisation de ce schéma touristique, le Parc a su tirer profit des instances de concertation établies dans le cadre de la révision de sa Charte. En effet, afin d'inscrire l'élaboration de sa nouvelle stratégie touristique dans une démarche de développement durable fondée sur une vision partagée des acteurs locaux, le PNR a choisi d'instaurer et de pérenniser un « Forum de tourisme durable », outil de référence en matière de consultation au regard des principes de la CETD. Ce forum est composé des membres de la commission « Tourisme durable et accueil » du Parc, élargie à différents professionnels, établissements d'accueil et organismes institutionnels (CDT et CRT). Il inclut également des habitants et des acteurs appartenant à d'autres secteurs d'activité pouvant interagir avec le tourisme sur le territoire.

Ce forum a été pensé pour intégrer les acteurs socio-économiques le plus en amont possible des réflexions stratégiques et pour répondre aux besoins spécifiques du territoire en termes de développement et de gestion touristique. C'est pourquoi au cours de l'année 2009, cette instance consultative a été pleinement associée à l'élaboration du *Schéma de tourisme durable 2010-2015,* par de réunions de travail et des contributions écrites qui ont permis aux différents acteurs du territoire d'alimenter la stratégie du Parc et le programme d'actions.

[61] Cf. Cadre méthodologique du *Schéma de tourisme durable du Parc naturel régional de Camargue 2010-2015,* p.6-9.

A terme, le Parc souhaite que ce forum se réunisse au moins deux fois par an, afin d'accompagner dresser un bilan sur les avancées des actions programmées et les problèmes rencontrés. Par ailleurs, le forum restera impliqué dans la mise en œuvre de la CETD, dans le cadre de la démarche « Inter-Parcs » engagée au niveau régional avec les quatre autres PNR de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (Alpilles, Luberon, Queyras et Verdon).

Le schéma ci-après (Figure III.5) présente l'organisation et le fonctionnement mis en place pour la constitution du forum et illustre notamment l'articulation entre les différentes instances décisionnelles et consultatives actuelles du Parc.

Figure III.5 : Schéma organisationnel du « Forum de tourisme durable » du PNR de Camargue

LEGITIMITE

INSTANCE

COMPOSITION

Bureau Syndical

Elus des communes, des collectivités et des établissements publics / consulaires membres du syndicat mixte

Décision

Comité Syndical

Elus des communes, des collectivités et des établissements publics / consulaires membres du syndicat mixte

Consultation et propositions sur la politique générale du Parc

Conseil de Parc

Acteurs socio-économiques, associations, personnes qualifiées…

Forum de Tourisme Durable

Consultation et propositions sur les actions

Commissions tourisme

Commission Tourisme élargie à divers acteurs du territoire :
Elus, acteurs socio-économiques, associations, personnes qualifiées…

Forum de Tourisme Durable

Source : *Schéma de tourisme durable du Parc naturel régional de Camargue 2010-2015.*

Ainsi, l'expertise environnementale de l'ADEME et l'appui des CCI à la compétitivité des entreprises du tourisme constituent des atouts à intégrer dans la dynamique de développement touristique en France. Par ailleurs, l'expérience réussie des PNR en matière de gouvernance de territoires et de projet partagé est à instaurer comme modèle pour tout système d'acteurs engagé dans le tourisme durable. L'ouverture du système touristique à de nouveaux acteurs et une réflexion menée à une échelle de territoire pertinente sont donc des facteurs déterminants pour l'évolution du tourisme français vers plus de durabilité.

C. Progresser vers une culture partagée du tourisme durable en France

Malgré l'émergence de projets de développement touristique durable en France, il ne faut pas oublier que le développement durable et le tourisme durable ne sont pas des notions absolues et que leur signification est encore floue pour les Français. L'intégration de principes de durabilité dans les modes d'action du système touristique nécessite donc, au préalable, des efforts de construction d'une culture partagée du tourisme durable.

1. À la base de la dynamique : la professionnalisation des acteurs du tourisme

Aujourd'hui, les grandes entreprises du tourisme comptent fréquemment des responsables du développement durable, qui pilotent la stratégie développement durable définie avec la direction et qui sont chargés de la formation du personnel dans ce domaine. Cependant, la dynamique de développement touristique des territoires fait surtout appel à des élus, à des agents territoriaux et à des professionnels issus de petites entreprises qui ne sont pas formées aux questions de développement durable. Afin d'assurer la constructivité des échanges entre acteurs et contribuer à de réels changements en matière de tourisme durable en France, il est donc essentiel de professionnaliser les acteurs du tourisme.

La formation des acteurs à responsabilité

Afin de fournir des outils de développement durable aux acteurs des collectivités territoriales, des organismes locaux de tourisme, des fédérations professionnelles, aux distributeurs de voyages, hébergeurs et prestataires d'activités touristiques, des formations professionnelles sont organisées par des cabinets de conseil, des groupes d'experts du tourisme durable et les CCI locales.

La Cité de la Culture et du Tourisme Durable (CCTD) fait partie des structures dispensant un programme de formation sur des thèmes-clés auxquels les responsables du développement touristique doivent être initiés pour mener des démarches durables[62]. En effet, la mise en tourisme du patrimoine et des sites, la valorisation des métiers de l'accueil et la commercialisation de l'offre touristique font partie des thèmes essentiels que ces acteurs doivent maîtriser pour un développement touristique réfléchi des territoires. Mais surtout, ces professionnels manquent de connaissances et d'expérience en matière de diagnostic territorial, de définition d'une stratégie de développement durable, de mobilisation des acteurs et de conduite de projet. Une formation de qualité dans ces domaines pourra contribuer au passage des acteurs du tourisme en mode « développement durable ».

La formation du personnel

Bien évidement, la formation du personnel est aussi un élément important dans la réussite du développement durable du tourisme. Certains responsables d'entreprises touristiques prennent donc le temps de sensibiliser et former leurs salariés sur les pratiques de développement durable, d'autant que cette dimension est parfois intégrée aux critères d'obtention d'une éco-labellisation (cf. *Clef* Verte). Il s'agit par exemple de leur apporter des éléments concrets concernant l'utilisation de produits d'entretien dans le respect de l'environnement. Cependant, les programmes de formation intègrent encore rarement des modules sur le développement durable du tourisme.

Afin de former le personnel des entreprises et faciliter les démarches d'éco-labellisation, la CCTD a également mis en place un programme de formation à distance (ou e-learning). Ce système est particulièrement innovant, car il offre la possibilité aux responsables et aux salariés de se former en ligne dans des temps non contraints, sur la mise en place de stratégies de développement durable et leur évaluation.

[62] Cf. www.cctd.eu.

Outre la formation des différents acteurs du tourisme au développement durable, la mise en place de dispositifs d'évaluation est devenue essentielle pour bâtir des projets collectifs et les légitimer aux yeux du public.

2. Principes et outils de l'évaluation des projets de tourisme durable

Le diagnostic et l'évaluation sont des moments importants dans la conduite de projets de développement touristique durable. En effet, ils revêtent une dimension stratégique et prospective, et font émerger des enjeux transversaux qui donnent un sens à l'action. De plus, ils permettent de mobiliser l'intelligence collective des acteurs du territoire, et de les associer en continu au projet.

Les enjeux d'une évaluation partagée

Dans un premier temps, il faut que les acteurs engagés dans une démarche de développement touristique durable s'accordent sur ce qu'ils attendent de leur projet et ce qu'ils souhaitent évaluer, pour adapter les méthodes à ces attentes. L'organisation de l'évaluation est alors cruciale, car elle peut stimuler l'apprentissage au sein du système touristique. Il s'agit effectivement d'ouvrir des espaces de dialogue et d'ajustement, en permettant la rencontre entre acteurs qui d'ordinaire n'échangent pas, et en restituant à ces acteurs un retour sur leurs propres pratiques.

L'enjeu de l'évaluation pour les démarches territoriales de développement durable du tourisme est donc fort. Pourtant, les collectivités pourront décider de retenir ou non les méthodes proposées par les acteurs du territoire. De plus, lorsqu'il s'agit de l'action publique à une échelle territoriale étendue comme la région ou le département, les référentiels d'évaluation ne peuvent pas répondre à tous les besoins. Chaque acteur doit alors pouvoir déceler les forces et faiblesses des sous-ensembles géographiques qui composent son territoire, s'il veut cibler son action au plus près des enjeux locaux.

Apports et limites des indicateurs

Une évaluation partagée du développement durable suppose une information de qualité, accessible, compréhensible par tous les acteurs impliqués dans sa mise en œuvre. En effet, la méthode et les outils d'évaluation doivent dépasser le simple bilan quantitatif des actions menées, mais doivent rester accessibles et identifiables.

Indicateurs et tableaux de bord font partie des outils pouvant être utilisés pour l'évaluation du tourisme durable. Selon Céron & Dubois (2000), *« un indicateur, c'est d'abord une variable qui peut prendre un certain nombre de valeurs (statistiques) ou d'états (qualitatifs) selon les circonstances (temporelles, spatiales)».* Cet indicateur sert donc d'instrument de mesure, soit dans l'objectif d'atteindre une certaine connaissance d'une situation (effectuer un diagnostic), soit pour suivre une évolution. Afin d'évaluer le tourisme durable, trois éléments peuvent ainsi être pris en compte par des indicateurs : la capacité de charge touristique du territoire à ne pas dépasser, les performances des établissements touristiques et l'évaluation des impacts du tourisme.

Les acteurs publics locaux ont besoin d'indicateurs de développement durable territoriaux adaptés pour connaître les atouts, handicaps et enjeux de leur territoire. Ils s'en servent également pour illustrer la qualité des progrès déjà réalisés ou pour apprécier la pertinence des actions engagées en matière de tourisme. Néanmoins, la mesure du développement durable au moyen d'indicateurs est une tâche difficile et nécessite souvent un regard extérieur sur le territoire et sur les réalités du terrain.

Des consultants pour accompagner l'évaluation

La construction d'indicateurs de durabilité devant résulter d'un consensus entre les diverses parties prenantes du système touristique, la présence d'acteurs endossant la fonction d'agent de médiation et d'animation des échanges est tout à fait justifiée. Ainsi, de nombreuses structures publiques font appel à des consultants qui détiennent une expérience de terrain dans le domaine des projets touristiques durables, pour les accompagner au cours de cette phase importante. Ces « experts » remplissent généralement le rôle « d'accoucheur » d'une compréhension partagée du développement durable parmi les acteurs du tourisme.

3. L'échange de savoir-faire : clé du développement touristique durable ?

Les travaux conduits sur l'expérimentation du tourisme durable en France, par l'AFIT puis par ODIT France, au cours des dix dernières années ont permis de tirer une leçon importante. Ils mettent en évidence le fait qu'il n'existe pas un tourisme durable mais diverses manières d'expérimenter le développement durable du tourisme sur les territoires, en termes d'acteurs impliqués, d'échelles d'intervention, d'outils mobilisés, de temps de projets, etc.

Ainsi, l'évolution du système touristique vers plus de durabilité doit évidemment s'appuyer sur la recherche de critères et indicateurs pertinents, qui permettent la

reconnaissance des territoires touristiques durables. Cependant, un élément essentiel dans le processus de développement durable du tourisme français est l'échange de savoir-faire.

En effet, le retour sur expériences – réussies ou non – permet à différents territoires et acteurs de mutualiser leurs connaissances en matière de développement durable et de tourisme, et de capitaliser sur des « bonnes » pratiques qui ont concrètement été testées sur le terrain. Au-delà des dispositifs de gouvernance des territoires touristiques et du partenariat entre acteurs, c'est principalement grâce à un tel partage de savoir-faire qu'une culture partagée du tourisme durable pourra progressivement se bâtir en France.

CONCLUSION

L'engagement des institutions françaises en faveur de l'environnement et du développement durable n'a cessé de se renforcer ces dernières années, une nouvelle Stratégie Nationale de Développement Durable pour la période 2010-2013 ayant été adoptée en juillet dernier. La mise en œuvre effective de ce mode de développement en France nécessite la participation active de tous les acteurs de la société civile, de la sphère économique et politique, des associations et des citoyens. Le secteur du tourisme, qui représente un point fort de l'économie française et qui regroupe une multitude d'acteurs, est entièrement concerné par cette évolution.

L'ambition de ce mémoire était d'apporter un éclairage au sujet des effets induits par l'application des principes de développement durable sur les acteurs du secteur du tourisme et sur leurs stratégies en France. La problématique consistait précisément à détecter quels modes de relation public-privé et quelles méthodes d'intervention sont aujourd'hui à privilégier, pour créer un phénomène de synergie autour du développement touristique durable.

Afin d'identifier les enjeux de la durabilité du secteur du tourisme, les étapes de construction des concepts de *développement durable* et de *tourisme durable* par les institutions depuis les années 1970 ont d'abord été détaillées. Cet exposé chronologique et théorique a permis de jeter les bases de la réflexion de ce mémoire : le développement touristique durable est un processus d'évolution global et transversal, qui implique l'ensemble des acteurs du tourisme et peut concerner toutes les destinations. De plus, le premier chapitre a démontré l'utilité d'aborder le secteur touristique français comme un système d'acteurs territorialisé, pour cerner l'incidence du développement durable sur sa configuration et sur sa dynamique interne.

Puis, la présentation de cas concrets a mené à une caractérisation des logiques d'action publiques et privées au sein de ce système touristique, dans une perspective de développement durable. D'une part, on a observé que les entreprises du tourisme réceptif – principalement les hébergeurs – accordent la priorité aux outils de management environnemental et d'éco-labellisation, qu'ils considèrent comme des atouts marketing auprès des clientèles touristiques, ou qu'elles s'engagent dans l'éco-conception en vue de réaliser un investissement financier à long terme. D'autre part, on a constaté que les politiques touristiques menées par les collectivités françaises sont principalement le reflet d'une volonté politique et d'enjeux

économiques, mais qu'elles intègrent les trois dimensions du développement durable : économique, sociale et environnementale.

La dernière partie de ces travaux a consisté à tirer des enseignements de l'expérimentation actuelle du développement durable dans le tourisme en France, en termes de conduite de projets et de mécanismes d'intervention publique. Tout d'abord, la consultation de l'ensemble des parties intéressées (entreprises, habitants et touristes), la contractualisation avec les professionnels du tourisme et le partenariat entre les échelles territoriales se sont révélés être des conditions essentielles à la mise en place de stratégies concertées de développement du tourisme durable sur les territoires. Par ailleurs, il est devenu évident que ce processus demande une ouverture du système touristique à des acteurs publics dont les missions ne sont pas exclusivement touristiques, mais qui assurent un soutien local des démarches publiques et privées de développement durable. La formation des professionnels, le conseil par des experts de terrain et les dispositifs d'évaluation sont enfin apparus comme des outils de construction d'une culture partagée du tourisme durable en France.

Ces travaux offrent ainsi une réponse aux trois hypothèses de recherche. Premièrement, ils confirment le fait que les approches publiques et privées du développement touristique durable manquent encore de coordination. Néanmoins, les exemples étudiés ont démontré que des efforts importants sont d'ores et déjà fournis par les collectivités, les structures consulaires, des associations et des regroupements professionnels pour faire converger leurs intérêts et rendre leurs initiatives plus cohérentes entre elles. Une dynamique de décloisonnement au sein du système touristique français est donc en cours et favorise la mise en place de stratégies touristiques durables sur les territoires.

Ce mémoire valide également l'hypothèse selon laquelle la répartition des compétences territoriales influe sur la définition des axes d'action prioritaires en matière développement touristique. Cependant, les exemples de collectivités traités dans ce mémoire montrent que le respect des principes de développement durable correspond désormais à un cadre pour l'élaboration des politiques publiques du tourisme, et qu'il se traduit de plus en plus par des dispositifs de consultation. Le partage de la compétence tourisme et la variabilité des budgets des structures régionales et départementales ne constituent donc pas des obstacles au progrès des démarches publiques de développement touristique durable en France.

En revanche, l'idée selon laquelle le tourisme durable est généralement confondu avec la gestion environnementale des entreprises touristiques a été infirmée. En effet, les entreprises

touristiques ayant recours à des systèmes d'éco-labellisation sont conscientes de s'engager sur la voie du tourisme durable, mais que leurs méthodes sont limitées. Quant aux collectivités, elles visent à impulser une dynamique territoriale transversale, au-delà des aspects environnementaux de l'activité touristique.

L'instauration d'une synergie autour du tourisme durable en France ne peut donc se passer d'une gouvernance des territoires appuyée sur la concertation des acteurs. En ce sens, les Parcs naturels régionaux constituent de véritables modèles d'organisation territoriale, porteurs de valeurs fortes et d'innovations. En effet, ces territoires non administratifs sont gérés par des structures mixtes, qui mènent des projets concertés de développement économique, social et culturel. Grâce à la forte adhésion des habitants et acteurs locaux, ils deviennent des lieux d'expérience et d'approfondissement de la démocratie locale, mais également des laboratoires de tourisme durable. Ainsi, il semble que l'échange de savoir-faire entre les divers acteurs du tourisme et entre échelles territoriales soit une clé du développement touristique durable des destinations françaises.

BIBLIOGRAPHIE

Références institutionnelles

BRUNDTLAND H. (1987), *Rapport de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'ONU*, 318 p.

COMITE INTERMINISTERIEL POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE (2003), *Stratégie nationale de développement durable,* juin 2003, 151 p.

COMISSARIAT GENERAL AU DEVELOPPEMENT DURABLE (2009), *Stratégie nationale du développement durable,* version provisoire, février 2009, 45 p.

COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES (2007), *Agenda pour un tourisme européen compétitif et durable,* COM (2007) 621 final, 11 p.

CONFERENCE MONDIALE DU TOURISME DURABLE (1995), *Charte de Tourisme durable,* Lanzarote, 4 p

NATIONS UNIES (2002), *Rapport du Sommet mondial pour le développement durable – Johannesburg (Afrique du Sud),* 195 p.

OMT, *Baromètre du tourisme mondial*, volume 8, n°1, janvier 2010, 8 p.

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME (2009), *From Davos to Copenhagen and beyond : advancing tourism's response to climate change*, 29 p.

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME (2002), *Contributions de l'OMT au Sommet mondial pour le développement durable,* 61 p.

PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR L'ENVIRONNEMENT et ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME (2006), *Vers un tourisme durable - Guide à l'usage des décideurs,* 238 p.

PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR L'ENVIRONNEMENT & CONSEIL INTERNATIONAL POUR LES INITIATIVES ECOLOGIQUES LOCALES (2003), *Tourism and Local Agenda 21 – The role of local authorities in sustainable tourism,* 61 p.

PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR L'ENVIRONNEMENT (2009), *Questions fréquentes – Le processus de Marrakech,* 23 p.

Études et rapports

AGENCE FRANÇAISE DE L'INGENIERIE TOURISTIQUE (2001), *Piloter le tourisme durable – dans les territoires et les entreprises*, première et deuxième parties, Guide de savoir-faire, Les Cahiers de l'AFIT, 127 p.

ODIT FRANCE (2006), *Le tourisme durable par l'expérience – Le terrain commande*, éditions ODIT France, coll. Ingénierie Touristique – Guide de savoir-faire, 80 p.

ODIT FRANCE (2007), *Tourisme et développement durable – L'expérience française*, éditions ODIT France, coll. Ingénierie Touristique – Guide de savoir-faire, 108 p.

ODIT FRANCE (2007), *Eco-gestion et éco-construction dans l'hôtellerie*, éditions ODIT France, coll. Ingénierie Touristique – Mini-guide, 124 p.

Ouvrages et articles de recherche

CERON J.-P., DUBOIS G. et RAOUL DUVAL J. (1999), « Théorie et pratique des indicateurs de développement durable – Leçons d'une application au tourisme », in G. Loinger (dir.), *Les territoires du développement,* 18 p.

CERON J.-P. & DUBOIS G. (2000), « Les indicateurs du tourisme durable. Un outil à manier avec discernement », in *Tourisme durable*, Cahier Espaces n°67, 17 p.

CROZIER M., FRIEDBERG E. (1992), *L'acteur et le système. Les contraintes de l'action collective*, Éditions du Seuil, coll. Points Essais, 500 p.

GENDRON C. & REVERET J.-P. (2000), «Le développement durable », in *Économies et Sociétés,* Série F, n°37, « Développement » - I, 9/2000, p.111-124.

GRANIER G. & VEYRET Y. (2006), « Le point sur le développement durable » in *Développement durable – Quels enjeux géographiques ?*, Documentation photographique, dossier n°8053, La Documentation Française, p.1-16.

KNAFOU R. (2007), « Tourisme et développement durable », chapitre 8, in VEYRET Y. (dir.), *Le développement durable*, Sedes, p.178-206.

LEQUIN M. (2000), *Gouvernance en écotourisme : développement durable, développement régional et démocratie participative,* Thèse de doctorat en études urbaines, université du Québec à Montréal et INRS-Urbanisation, 501 p.

STOCK M. et al. (2003), « Les acteurs du tourisme », in *Le tourisme – Acteurs, lieux et enjeux,* Chapitre 5, Belin, p.171-212.

TARDIF J. (2003), « Ecotourisme et développement durable », VertigO – La revue en sciences de l'environnement, vol. 4, n°1, mai 2003, Montréal, 11 p.

Références électroniques

THEYS J. (2002), « L'approche territoriale du " développement durable ", condition d'une prise en compte de sa dimension sociale », *Développement durable et territoires* [En ligne], Dossier 1 : Approches territoriales du Développement Durable, mis en ligne le 23 septembre 2002, Consulté le 22 mars 2010. URL : http://developpementdurable.revues.org/index1475.html

ORGANISATION DES NATIONS UNIES (1992), *Déclaration de Rio sur l'Environnement et le Développement,* URL : http://www.un.org/french/events/rio92/rio-fp.htm#one, consulté le 8/04/2010.

ANONYME (2009), « Gouvernance, stratégie, indicateurs de développement durable en France » avril 2009, site de l'Association Adéquations, http://www.adequations.org, consulté le 12/04/2010.

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME (2000), « Le tourisme international sur la voie de la reprise après une année 2009 exceptionnellement difficile », mis en ligne le 18 janvier 2010, site de l'OMT, http://www.unwto.org, consulté le 15/04/2010.

Comité 21, http://www.comite21.org/qui-sommes-nous/index.html, consulté le 14/04/2010.

Plate-forme pour le commerce équitable, « Le tourisme équitable », URL : http://www.commercequitable.org/tourisme/, consulté le 1/05/2010.

OMT, « Pourquoi le tourisme », section « A propos de l'OMT », pages consultée le 14/05/2010, URL : http://www.unwto.org/aboutwto/why/fr/why.php?op=1.

LISTE DES FIGURES

Chapitre I

Chapitre II

Chapitre III

TABLE DES ANNEXES

ANNEXE 1 : Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement

INTRODUCTION

En 1972, la Conférence des Nations Unies sur l'environnement a adopté une série de principes pour une gestion écologiquement rationnelle de l'environnement. Cette "Déclaration de Stockholm" a placé les questions écologiques au rang des préoccupations internationales et a marqué le début d'un dialogue entre pays industrialisés et pays en développement concernant le lien qui existe entre la croissance économique, la pollution de l'indivis mondial (l'air, l'eau, les océans) et le bien-être des peuples dans le monde entier.

En juin 1992, à Rio de Janeiro (Brésil), la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement – connue sous le nom de Sommet "planète Terre" – a adopté une déclaration qui a fait progresser le concept des droits et des responsabilités des pays dans le domaine de l'environnement. La Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement témoigne de deux grandes préoccupations apparues pendant l'intervalle de 20 années séparant ces deux conférences : la détérioration de l'environnement, notamment de sa capacité à entretenir la vie, et l'interdépendance de plus en plus manifeste entre le progrès économique à long terme et la nécessité d'une protection de l'environnement.

Au début du processus de négociation précédant le Sommet, M. Maurice Strong, Secrétaire général de la Conférence, a imaginé le concept de Charte de la Terre – énoncé des principes fondamentaux permettant un développement durable sur la Terre. La Déclaration de Rio qui a été adoptée par le Sommet était un compromis entre la position des pays industrialisés et celle des pays en développement. A l'origine, les premiers souhaitaient que soit adoptée une brève déclaration réaffirmant la Déclaration de Stockholm et soulignant la nécessité de protéger la planète. Quant aux pays en développement, ils désiraient que leurs sujets de préoccupation propres soient évoqués de manière plus détaillée, notamment qu'on souligne leur droit souverain au développement, qu'on reconnaisse que les pays industrialisés sont les principaux responsables des problèmes écologiques actuels et qu'on établisse que de nouvelles ressources et techniques sont nécessaires pour permettre aux pays en développement de ne pas appliquer des modes de développement aussi polluants que ceux des pays développés.

La Déclaration de Rio n'est pas juridiquement contraignante. Toutefois, il est vraisemblable que, comme dans le cas des déclarations des Nations Unies sur les droits de l'homme, les gouvernements se sentiront moralement obligés d'adhérer à ses principes.

PRÉAMBULE

La Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement,

Réunie à Rio de Janeiro du 3 au 14 juin 1992,

Réaffirmant la Déclaration de la Conférence des Nations Unies sur l'environnement adoptée à Stockholm le 16 juin 1972, et cherchant à en assurer le prolongement,

Dans le but d'établir un partenariat mondial sur une base nouvelle et équitable en créant des niveaux de coopération nouveaux entre les Etats, les secteurs clefs de la société et les peuples,

Oeuvrant en vue d'accords internationaux qui respectent les intérêts de tous et protègent l'intégrité du système mondial de l'environnement et du développement,

Reconnaissant que la Terre, foyer de l'humanité, constitue un tout marqué par l'interdépendance,

Proclame ce qui suit :

PRINCIPE 1

Les êtres humains sont au centre des préoccupations relatives au développement durable. Ils ont droit à une vie saine et productive en harmonie avec la nature.

PRINCIPE 2

Conformément à la Charte des Nations Unies et aux principes du droit international, les Etats ont le droit souverain d'exploiter leurs propres ressources selon leur politique d'environnement et de développement, et ils ont le devoir de faire en sorte que les activités exercées dans les limites de leur juridiction ou sous leur contrôle ne causent pas de dommages à l'environnement dans d'autres Etats ou dans des zones ne relevant d'aucune juridiction nationale.

PRINCIPE 3

Le droit au développement doit être réalisé de façon à satisfaire équitablement les besoins relatifs au développement et à l'environnement des générations présentes et futures.

PRINCIPE 4

Pour parvenir à un développement durable, la protection de l'environnement doit faire partie intégrante du processus de développement et ne peut être considérée isolément.

PRINCIPE 5

Tous les Etats et tous les peuples doivent coopérer à la tâche essentielle de l'élimination de la pauvreté, qui constitue une condition indispensable du développement durable, afin de réduire les différences de niveaux de vie et de mieux répondre aux besoins de la majorité des peuples du monde.

PRINCIPE 6

La situation et les besoins particuliers des pays en développement, en particulier des pays les moins avancés et des pays les plus vulnérables sur le plan de l'environnement, doivent se voir accorder une priorité spéciale. Les actions internationales entreprises en matière d'environnement et de développement devraient également prendre en considération les intérêts et les besoins de tous les pays.

PRINCIPE 7

Les Etats doivent coopérer dans un esprit de partenariat mondial en vue de conserver, de protéger et de rétablir la santé et l'intégrité de l'écosystème terrestre. Etant donné la diversité des rôles joués dans la dégradation de l'environnement mondial, les Etats ont des responsabilités communes mais différenciées. Les pays développés admettent la responsabilité qui leur incombe dans l'effort international en faveur du développement durable, compte tenu des pressions que leurs sociétés exercent sur l'environnement mondial et des techniques et des ressources financières dont ils disposent.

PRINCIPE 8

Afin de parvenir à un développement durable et à une meilleure qualité de vie pour tous les peuples, les Etats devraient réduire et éliminer les modes de production et de consommation non viables et promouvoir des politiques démographiques appropriées.

PRINCIPE 9

Les Etats devraient coopérer ou intensifier le renforcement des capacités endogènes en matière de développement durable en améliorant la compréhension scientifique par des échanges de connaissances scientifiques et techniques et en facilitant la mise au point, l'adaptation, la diffusion et le transfert de techniques, y compris de techniques nouvelles et novatrices.

PRINCIPE 10

La meilleure façon de traiter les questions d'environnement est d'assurer la participation de tous les citoyens concernés, au niveau qui convient. Au niveau national, chaque individu doit avoir dûment accès aux informations relatives à l'environnement que détiennent les autorités publiques, y compris aux informations relatives aux substances et activités dangereuses dans leurs collectivités, et avoir la possibilité de participer aux processus de prise de décision. Les Etats doivent faciliter et encourager la sensibilisation et la participation du public en mettant les informations à la disposition de celui-ci. Un accès effectif à des actions judiciaires et administratives, notamment des réparations et des recours, doit être assuré.

PRINCIPE 11

Les Etats doivent promulguer des mesures législatives efficaces en matière d'environnement. Les normes écologiques et les objectifs et priorités pour la gestion de l'environnement devraient être adaptés à la situation en matière d'environnement et de développement à laquelle ils s'appliquent. Les normes appliquées par certains pays peuvent ne pas convenir à d'autres pays, en particulier à des pays en développement, et leur imposer un coût économique et social injustifié.

PRINCIPE 12

Les Etats devraient coopérer pour promouvoir un système économique international ouvert et favorable, propre à engendrer une croissance économique et un développement durable dans tous les pays, qui permettrait de mieux lutter contre les problèmes de dégradation de l'environnement. Les mesures de politique commerciale motivées par des considérations relatives à l'environnement ne devraient pas constituer un moyen de discrimination arbitraire ou injustifiable, ni une restriction déguisée aux échanges internationaux. Toute action unilatérale visant à résoudre les grands problèmes écologiques au-delà de la juridiction du pays importateur devrait être évitée. Les mesures de lutte contre les problèmes écologiques transfrontières ou mondiaux devraient, autant que possible, être fondées sur un consensus international.

PRINCIPE 13

Les Etats doivent élaborer une législation nationale concernant la responsabilité de la pollution et d'autres dommages à l'environnement et l'indemnisation de leurs victimes. Ils doivent aussi coopérer diligemment et plus résolument pour développer davantage le droit international concernant la responsabilité et l'indemnisation en cas d'effets néfastes de dommages causés à l'environnement dans des zones situées au-delà des limites de leur juridiction par des activités menées dans les limites de leur juridiction ou sous leur contrôle.

PRINCIPE 14

Les Etats devraient concerter efficacement leurs efforts pour décourager ou prévenir les déplacements et les transferts dans d'autres Etats de toutes activités et substances qui provoquent une grave détérioration de l'environnement ou dont on a constaté qu'elles étaient nocives pour la santé de l'homme.

PRINCIPE 15

Pour protéger l'environnement, des mesures de précaution doivent être largement appliquées par les Etats selon leurs capacités. En cas de risque de dommages graves ou irréversibles, l'absence de certitude scientifique absolue ne doit pas servir de prétexte pour remettre à plus tard l'adoption de mesures effectives visant à prévenir la dégradation de l'environnement.

PRINCIPE 16

Les autorités nationales devraient s'efforcer de promouvoir l'internalisation des coûts de protection de l'environnement et l'utilisation d'instruments économiques, en vertu du principe selon lequel c'est le pollueur qui doit, en principe, assumer le coût de la pollution, dans le souci de l'intérêt public et sans fausser le jeu du commerce international et de l'investissement.

PRINCIPE 17

Une étude d'impact sur l'environnement, en tant qu'instrument national, doit être entreprise dans le cas des activités envisagées qui risquent d'avoir des effets nocifs importants sur l'environnement et dépendent de la décision d'une autorité nationale compétente.

PRINCIPE 18

Les Etats doivent notifier immédiatement aux autres Etats toute catastrophe naturelle ou toute autre situation d'urgence qui risque d'avoir des effets néfastes soudains sur l'environnement de ces derniers. La communauté internationale doit faire tout son possible pour aider les Etats sinistrés.

PRINCIPE 19

Les Etats doivent prévenir suffisamment à l'avance les Etats susceptibles d'être affectés et leur communiquer toutes informations pertinentes sur les activités qui peuvent avoir des effets transfrontières sérieusement nocifs sur l'environnement et mener des consultations avec ces Etats rapidement et de bonne foi.

PRINCIPE 20

Les femmes ont un rôle vital dans la gestion de l'environnement et le développement. Leur pleine participation est donc essentielle à la réalisation d'un développement durable.

PRINCIPE 21

Il faut mobiliser la créativité, les idéaux et le courage des jeunes du monde entier afin de forger un partenariat mondial, de manière à assurer un développement durable et à garantir à chacun un avenir meilleur.

PRINCIPE 22

Les populations et communautés autochtones et les autres collectivités locales ont un rôle vital à jouer dans la gestion de l'environnement et le développement du fait de leurs connaissances du milieu et de leurs pratiques traditionnelles. Les Etats devraient reconnaître leur identité, leur culture et leurs intérêts, leur accorder tout l'appui nécessaire et leur permettre de participer efficacement à la réalisation d'un développement durable.

PRINCIPE 23

L'environnement et les ressources naturelles des peuples soumis à oppression, domination et occupation doivent être protégés.

PRINCIPE 24

La guerre exerce une action intrinsèquement destructrice sur le développement durable. Les Etats doivent donc respecter le droit international relatif à la protection de l'environnement en temps de conflit armé et participer à son développement, selon que de besoin.

PRINCIPE 25

La paix, le développement et la protection de l'environnement sont interdépendants et indissociables.

PRINCIPE 26

Les Etats doivent résoudre pacifiquement tous leurs différends en matière d'environnement, en employant des moyens appropriés conformément à la Charte des Nations Unies.

PRINCIPE 27

Les Etats et les peuples doivent coopérer de bonne foi et dans un esprit de solidarité à l'application des principes consacrés dans la présente Déclaration et au développement du droit international dans le domaine du développement durable.

ANNEXE 2 : Charte du Tourisme durable signée à Lanzarote

Charte du tourisme durable

➤ Annexe 1

Les participants de la Conférence mondiale du Tourisme durable, réunis à Lanzarote, îles Canaries, Espagne, les 27 et 28 avril 1995,

Conscients que le tourisme est un phénomène de portée mondiale qui répond aux plus profondes aspirations de tous les peuples, ainsi qu'un important élément de développement social, économique et politique pour de nombreux pays,

Reconnaissant que le tourisme, de par son caractère ambivalent, puisqu'il peut contribuer de manière positive au développement socio-économique et culturel, mais aussi à la détérioration de l'environnement et à la perte de l'identité locale, doit être abordé dans une perspective globale,

Conscients que les ressources sur lesquelles se base le tourisme sont fragiles et que la demande pour une meilleure qualité de l'environnement est croissante,

Reconnaissant que le tourisme offre la possibilité de voyager et de connaître d'autres cultures, et que le développement du tourisme peut favoriser le rapprochement et la paix entre les peuples, créant une conscience respectueuse de la diversité des cultures et des modes de vie,

Rappelant la Déclaration universelle des Droits de l'Homme, adoptée par l'Assemblée générale des Nations Unies et les nombreuses déclarations des Nations Unies, tout comme les conventions régionales sur le tourisme, l'environnement, la préservation du patrimoine culturel et le développement durable,

S'inspirant des principes énoncés dans la Déclaration de Rio sur l'Environnement et le Développement, ainsi que des recommandations de l'Agenda 21,

Rappelant les déclarations préalables en matière de tourisme comme la Déclaration de Manille sur le Tourisme mondial, la Déclaration de La Haye, la Charte du Tourisme et le Code du Touriste,

Reconnaissant la nécessité de développer un tourisme qui réponde aux attentes économiques et aux exigences de la protection de l'environnement et qui respecte non seulement la structure sociale et les caractères physiques de la destination, mais aussi la population locale,

Considérant comme prioritaires la protection et la consolidation de la dignité humaine des populations locales tout comme des touristes,

Conscients de la nécessité de créer un partenariat entre les principaux acteurs qui participent à cette activité, afin de forger l'espoir d'un tourisme plus responsable vis-à-vis de notre patrimoine commun,

EN APPELLENT à la communauté internationale et DEMANDENT, en particulier, aux gouvernements, aux pouvoirs publics, aux décideurs et aux professionnels du monde du tourisme, aux associations et aux institutions publiques et privées dont les activités sont liées au tourisme et aux touristes eux-mêmes, d'adopter les principes et les objectifs de cette Déclaration, qui sont les suivants :

1. Le developpement touristique doit reposer sur des criteres de durabilite ; il doit etre supportable a long terme sur le plan ecologique, viable sur le plan economique et equitable sur le plan ethique et social pour les populations locales.

Le developpement durable est un processus encadre visant une gestion globale des ressources afin d'en assurer la durabilite, tout en permettant de preserver notre capital naturel et culturel, y compris les espaces proteges. Le tourisme etant un puissant instrument de developpement, il peut et doit jouer un role actif dans la strategie de developpement durable. Une bonne gestion du tourisme doit donc garantir le caractere durable des ressources dont cette activite depend.

2. Le tourisme doit contribuer au developpement durable, en s'integrant dans le milieu naturel, culturel et humain ; il doit respecter les equilibres fragiles qui caracterisent de nombreuses destinations touristiques, en particulier les petites îles et les zones ecologiquement fragiles. Les incidences du tourisme sur les ressources naturelles, sur la biodiversite et sur la capacite d'assimilation des impacts et des dechets engendres, doivent rester acceptables.

3. L'activite touristique doit considerer ses effets induits sur le patrimoine culturel et sur les elements, les activites et la dynamique traditionnels de chaque population locale. La reconnaissance de ces facteurs locaux et le soutien de leur identite, de leur culture et de leurs interets doivent etre des points de reference incontournables lors de la conception des strategies touristiques, en particulier dans les pays en voie de developpement.

4. La contribution active du tourisme au developpement durable presuppose necessairement la solidarite, le respect mutuel et la participation de tous les acteurs, du secteur public et prive, impliques dans le processus. Cette concertation doit se baser sur des mecanismes efficaces de cooperation a tous les niveaux : local, national, regional et international.

5. La preservation, la protection et la mise en valeur de la richesse du patrimoine naturel et culturel offrent un cadre privilegie pour la cooperation. Cette approche implique que tous les responsables relevent ce veritable defi qu'est l'innovation culturelle, technologique et professionnelle, et concentrent leurs efforts pour creer et mettre en œuvre des instruments de planification et de gestion integres.

6. Les criteres de qualite visant a assurer la preservation de la destination touristique et le degre de satisfaction du touriste, criteres definis de maniere conjointe avec les populations locales et bases sur les principes du developpement durable, doivent etre des objectifs prioritaires lors de la formulation des strategies et des projets touristiques.

7. Pour participer au developpement durable, le tourisme doit se baser sur l'eventail de possibilites qu'offre l'economie locale. Les activites touristiques doivent pleinement s'integrer dans l'economie locale et contribuer de maniere positive au developpement economique local.

8. Toute option de developpement touristique doit avoir une incidence effective sur l'amelioration de la qualite de vie de la population, et contribuer a l'enrichissement socio-culturel de chaque destination.

9. Les gouvernements et les autorites competentes doivent entreprendre des actions de planification integrees du developpement touristique en partenariat avec les ONG et les populations locales pour contribuer au developpement durable.

10. Reconnaissant l'objectif de cohesion economique et sociale entre les peuples de la planete comme un des principes fondamentaux du developpement durable, il est urgent que soient mises en place des mesures permettant un partage plus equitable des benefices et des charges engendres par le tourisme. Cela implique un changement dans les modeles de consommation et l'introduction de methodes de fixation de prix permettant l'integration des coûts environnementaux.

Les gouvernements et les organisations multilaterales devraient donner priorite et renforcer les aides directes ou indirectes destinees aux projets touristiques contribuant a l'amelioration de la qualite de l'environnement. Dans ce contexte, il convient d'etudier l'application harmonieuse au niveau international d'instruments economiques, juridiques et fiscaux, afin de garantir l'utilisation durable des ressources dans les activites touristiques.

11. Les régions vulnérables, aujourd'hui et à l'avenir, du point de vue de l'environnement et de la culture, doivent être considérées comme prioritaires pour la coopération technique et les aides financières en vue d'un développement touristique durable. Les régions particulièrement dégradées par des modèles touristiques obsolètes et à fort impact doivent aussi faire l'objet d'une attention particulière.

12. Le développement des formes alternatives de tourisme respectant les principes du développement durable ainsi que la diversification des produits touristiques constituent des facteurs de stabilité, à moyen comme à long terme. Il convient, dans ce sens, et en particulier dans le cas de nombreuses petites îles et des zones écologiquement fragiles, de favoriser et de renforcer de manière active la coopération régionale.

13. Les gouvernements, l'industrie, les autorités et les ONG compétentes en matière de tourisme doivent encourager et participer à la création de réseaux accessibles de recherche, de diffusion d'information, et de transfert de connaissances et de technologies appropriées en matière de tourisme durable.

14. La définition d'une politique en matière de tourisme durable suppose le soutien et la promotion de systèmes de gestion touristique compatibles avec l'environnement, d'études de faisabilité permettant la transformation du secteur, tout comme la mise en œuvre de projets de démonstration et le développement de programmes de coopération internationale.

15. L'industrie touristique, en collaboration avec les organismes et les ONG dont les activités sont liées au tourisme, doivent définir le cadre spécifique de mise en œuvre des actions actives et préventives pour un développement touristique durable. Ils doivent élaborer des programmes afin de favoriser l'application de ces mesures dans la pratique. Ils sont chargés d'assurer le suivi des actions, d'informer des résultats obtenus et d'échanger leurs expériences.

16. Le rôle et les effets sur l'environnement du transport lié au tourisme doivent faire l'objet d'une attention particulière. Il convient dans ce sens de créer des instruments et de prendre des mesures afin de réduire la part des énergies et des ressources utilisées non renouvelables, et d'encourager les mesures visant à recycler et à réduire les déchets engendrés dans les installations touristiques.

17. Afin que le tourisme soit une activité durable, il est essentiel que les principaux acteurs intervenant dans les activités touristiques, les membres de l'industrie en particulier, adoptent et appliquent des codes de conduite favorisant la durabilité. De tels codes de conduite peuvent être des instruments efficaces pour le développement d'activités touristiques responsables.

18. Toutes les mesures nécessaires pour informer et favoriser la prise de conscience de l'ensemble des parties intervenant dans l'industrie touristique, qu'elles soient locales, nationales, régionales ou internationales, sur le contenu et les objectifs de la Conférence de Lanzarote doivent être mises en œuvre.

Résolution finale

La Conférence mondiale du Tourisme durable considère essentiel de lancer les appels publics suivants :

1. La Conférence recommande aux États et aux gouvernements régionaux d'élaborer d'urgence des programmes d'action pour un développement durable au secteur du tourisme, en accord avec les principes énoncés dans cette Charte.

2. La Conférence a décidé de soumettre la Charte du Tourisme durable au secrétaire général des Nations Unies, afin qu'elle soit prise en considération par les organismes et agences du système des Nations Unies, ainsi que par les organisations internationales ayant des accords de coopération avec les Nations Unies, en vue de sa présentation devant l'Assemblée générale.

Résolution sur le Comité de suivi

Suite à la Conférence mondiale du Tourisme durable, et à l'adoption de la Charte mondiale du Tourisme durable, et de par l'importance des accords obtenus, il convient d'en assurer l'avenir. Il est vital d'assurer la continuité de la ligne de travail et de favoriser la coopération ici entamées.

Afin de consolider le travail déjà réalisé, il est nécessaire d'assurer un suivi et de veiller à l'application de cette Charte du Tourisme durable.

Dans ce sens, les points suivants ont été adoptés :

1. La création d'un Comité de suivi pour la Charte et son programme d'action qui sera constitué des institutions et des agences internationales composant le Comité organisateur de la Conférence.

2. Le Comité de suivi doit assurer la promotion et la diffusion de la Charte et veiller à son application optimale. Il doit également entreprendre des activités afin d'en garantir la continuité, détecter les situations critiques, et encourager toutes les entités publiques et privées à appliquer et à respecter les principes du tourisme durable.

3. Le Comité doit favoriser la réalisation d'études, de projets et d'actions de nature à créer des situations exemplaires pouvant servir de référence pour tout problème majeur au niveau mondial ; ceci constitue la meilleure manière d'appliquer la Charte et les principes du développement durable.

4. Ce Comité est chargé d'assurer la continuité et le suivi des accords de cette conférence et a la responsabilité de la diffusion et de la présentation de la Charte auprès des acteurs du développement durable en matière de tourisme, y compris devant les représentants de l'industrie touristique, les organismes gouvernementaux, les ONG, les agences des Nations unies, et autres institutions internationales.

ANNEXE 3 : Extrait d'une brochure promotionnelle du réseau « Chouette Nature »



Bienvenue dans nos villages CHOUETTE NATURE !

Aujourd'hui le développement durable est l'affaire de tous. Tous les secteurs économiques sont concernés et le tourisme plus particulièrement, car ses impacts peuvent être parfois néfastes pour notre planète : émission de gaz à effet de serre, gaspillage des ressources naturelles, pollutions, production des déchets,...

Cap France, un acteur engagé en faveur du tourisme durable

Cap France, l'un des premiers organismes de tourisme associatif, est, depuis plus de 60 ans, un véritable acteur du développement local et contribue à un aménagement harmonieux de notre territoire.

Depuis 2000, Cap France s'est résolument engagé pour un développement durable du tourisme, respectueux de la nature et des hommes.

Des « vacances autrement » avec le label Chouette Nature

En 2004, afin de concilier plaisirs des vacanciers et respect de l'environnement, Cap France a initié le label Chouette Nature, démarche pionnière au sein du tourisme associatif.

Les villages labellisés Chouette Nature, et leur personnel, engagent des actions concrètes en faveur du tourisme plus responsable, en adaptant leurs pratiques quotidiennes.

Concilier la préservation de l'environnement et le plaisir des vacanciers.

Conception, réalisation : LDMagency

Crédits photos : Villages vacances Cap France, B. Béchard - Imprimerie Le Pape, Office du Tourisme de Samoëns, Vincent Ganaye, S.Magardeau, A.Borathieu, Saveurs de l'île.

3



[Les engagements des villages Chouette Nature]

Les 40 villages vacances Chouette Nature sont soumis à une charte de + de 100 critères afin de vous garantir des vacances de qualité et 100% nature !







www.chouettenature.com



Chouette Nature, une démarche et un label reconnus :

Cap France est membre du Club Planète Gagnante de l'ADEME (l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) et partenaire de l'association MAX HAVELAAR.





Chouette Nature est le premier label de tourisme durable en France certifié ISO 14001 (Niveau 2/3), qui garantit aux vacanciers que les activités et prestations proposées prennent en compte le respect de l'environnement.



ANNEXE 4 : Tableau comparatif de trois éco-labels applicables aux entreprises du tourisme en France

Nom	**ECO-LABEL EUROPÉEN**	**GREEN GLOBE 21**	**CLEF VERTE**
Logo			
Description	• Label officiel de gestion environnementale. • Créé en 1992 par la Commission Européenne. • Certification de 25 familles de produits et services dans divers secteurs.	• Programme de labellisation des systèmes de management environnemental et social. • Créé en 1999 et géré par l'organisme Green Globe en Australie. • Affiliation à l'OMT. • Spécifique aux entreprises du tourisme et des voyages.	• Label de récompense des démarches de gestion environnementale. • Initié au Danemark en 1994 et arrivé en France en 1998. • Développé par la Fondation pour l'Education à l'Environnement en Europe (FEEE), membre de l'OMT. • Limité aux centres d'hébergement touristique.
Zone d'utilisation	• 27 pays de l'Union Européenne	• Océanie, Asie Pacifique, Amérique Centrale et Europe	• 14 pays à travers le monde (plus de 900 labellisés)
Établissements labellisables	• Tous types d'hébergements touristiques. • 2003 : ouverture du label aux services d'hébergement touristique. • 2005 : ouverture aux services de camping.	• Toutes les entreprises du tourisme (hébergement, restauration, activités, etc.)	• Hébergements de plein air • Hôtels (depuis 2005) • Meublés de tourisme et chambres d'hôtes (depuis 2007) • Résidences de tourisme et auberges de jeunesse (depuis 2010)

Exigences	• Un référentiel commun à tous les services touristiques (révisé en 2009). • Respect obligatoire de la réglementation environnementale en vigueur. • Critères obligatoires : 29 pour les hébergements, 30 pour les campings. • Critères optionnels : 61 pour les hébergements, 67 pour les campings.	• La principale exigence est de s'engaer dans un processus d'amélioration. • Un référentiel contenant plus de 240 critères répartis en 16 catégories. • Application selon le type d'activité, la localisation géographique et en tenant compte des spécificités locales. • Actualisation des critères selon les normes internationales.	• Entre 99 et 119 critères selon le type d'hébergement. • 3 types de critères : *Impératif* : doit être satisfait *Essentiel* : doit être satisfait sous 2 ans *Optionnel* : pour aller plus loin
Champs du référentiel	• Consommation d'énergie • Consommation d'eau • Production de déchets • Utilisation de produits d'entretien	• 10% Protection de la nature et biodiversité • 20% Responsabilité sociale • 70% Environnement	• Politique environnementale • Gestion des déchets • Gestion de l'eau • Gestion de l'énergie • Achats responsables • Aménagement du cadre de vie • Sensibilisation à l'environnement
Gestion en France	• AFNOR Certification, à qui l'Etat a confié la gestion du label.	• 2 organismes accrédités comme auditeurs pour la France : François Tourisme Consultants et Mirabelle Durable.	• L'office français de la FEEE (of-FEEE), associé à de nombreux partenaires (la FNHPA pour les campings et l'UMIH pour les hôtels).
Processus d'attribution	• Dépôt d'un dossier papier puis audit. • Durée du certificat : 2 ans. • Un audit sur site tous les deux ans, sans suivi technique.	• 2 étapes initiales : 1) *GG Benchmarked Bronze*, attribué après établissement d'une politique de développement durable et évaulation des performances en termes de consommation. 2) *GG Certified Silver,* après audit « in-site » ou « out-site » portant sur la mise aux normes, la stratégie mise en place,	• Postuler sur Internet et remplir un questionnaire reçu par courrier (avant avril). • Recevoir une visite sur le site (durant l'été). • Réunion du jury (à l'automne) qui attribue les labels et émet des recommandations. • Renouveler le label tous les ans au

		les performances et la communication. • *GG Certified Gold :* après 5 ans de SME *GG Certified Platinium :* après 10 ans de SME. • Après l'adhésion au programme (1ère étape), suivi des performances par un système en ligne sur une période de temps non limitée.	mois de mars. • Le label est à renouveller chaque année. • Une visite de contrôle (et non un audit) est réalisée tous les 3 ans.
Coûts (selon la taille de l'entreprise)	• 1ère année : entre 1000€ et 3450€. • 2ème année et pour chaque année de suivi : entre 400€ et 950€. • 3ème année et pour chaque année de renouvellement : entre 800€ et 2250€.	• Par an : entre 650€ et 4500€.	• Pour les nouveaux candidats : entre 200€ et 800€. • Pour le renouvellement : entre 120€ et 600€.
Valorisation	• Campagne publicitaire nationale. • Parution dans le *Guide du Routard du Tourisme Durable.* • Site Internet français de l'Eco-label. • Apposition du logo sur les documents et supports de communication.	• Affichage des logos des différents niveau de labellisation • Affichage des performances environnementales.	• Plaque avec le logo du label • Panneaux et drapreaux (en vente) • Présence sur le site français de la Clef Verte. • Campagnes de presse • « Clef Vert » est connu de nom par 15% des Français.
Nombre de labellisés en France (2010)	• 56 hôtels • 6 gîtes / chambres d'hôte • 3 centres de plein air • 3 résidences de tourisme • 3 villages de vacances • 1 centre d'affaires • 16 campings	• 3 hôtels • 6 villages de vacances	• 236 campings • 210 hôtels • 54 gîtes et chambres d'hôtes
Sources	• www.ecolabels.fr	• www.voyageons-autrement.com • www.francoistourismeconsultants.com	• www.laclefverte.org

ANNEXE 5 : Grille de lecture thématique des stratégies publiques développement touristique durable

Cette grille de lecture a été élaborée afin de réaliser une analyse des politiques publiques de développement du tourisme élaborées par le département du Nord et la région de Bretagne. Les diverses rubriques tiennent compte des éléments conceptuels et du contexte exposés en première partie de ce mémoire : principes de la Déclaration de Rio, définition du « tourisme durable » par l'OMT, mise en place d'un Agenda 21 local appliqué au tourisme… Le compte-rendu de cette analyse thématique se trouve sous forme de tableau comparatif dans le dossier de documents méthodologiques.

1. Données de cadrage

- De combien de documents se compose cette stratégie ?
- Quel est le(s) titre(s) de ce(s) document(s) ?
- Quelle est la période concernée par cette politique ?

2. Approche du tourisme durable

Le concept de tourisme durable

- Comment le tourisme durable est-il défini ?
- Dans combien de dimensions la durabilité du tourisme est-elle approchée ? Lesquelles ?

Problématique et objectifs

- Quel questionnement a été le départ de ce schéma ?
- Quelles sont les ambitions de cette stratégie ?

3. La traduction des principes de tourisme durable

Composition du plan d'actions

- Quels sont les grands axes ou domaines d'actions visés par ce plan ?
- Comment se déclinent ces axes ?

Dimension économique

- Quelles sont les actions prévues pour :

- le maintien et/ou la création d'emplois touristiques ?

- pour la compétitivité des entreprises touristiques ?

- la rentabilité à long terme de l'activité touristique sur le territoire ?

- redistribuer de manière équitable les retombées locales des activités touristiques ?

Dimension socio-culturelle

- Quelles sont les actions prévues pour :

- améliorer la qualité de vie des habitants du territoire ?

- respecter l'identité culturelle locale ?

- valoriser le patrimoine culturel local ?

Dimension environnementale

- Quelles sont les actions prévues pour :

- protéger les ressources naturelles et la biodiversité du territoire ?

- limiter les impacts environnementaux des activités touristiques ?

- sensibiliser les acteurs touristiques au respect de l'environnement ?

- l'application des principes de « précaution » et de « pollueur payeur » ?

Les touristes

- La satisfaction des visiteurs fait-elle partie des priorités du schéma ?
- Les touristes handicapés sont-ils pris en compte ?
- Comment les touristes sont-ils impliqués dans le processus de développement durable du tourisme ?

4. Méthodologie d'élaboration

Pilotage

- Par quelle(s) structure(s) cette politique touristique est-elle pilotée ?
- Cette démarche a-t-elle été accompagnée par un ou plusieurs organisme(s) privé(s) ? Si oui, le(s)quel(s) ?
- Quelles ont été les principales étapes d'élaboration ?

Participation

- Les habitants du territoire ont-ils été consultés ?
- Dans quelle mesure les autres collectivités territoriales concernées ont-elles été impliquées ?
- Les associations et structures locales de protection de l'environnement ont-elles aussi participé ?

Partenaires d'action

- Qui sont les partenaires de cette politique touristique ? En quoi consiste ce(s) partenariat(s) ?
- Un Agenda 21 a-t-il été élaboré par la collectivité ? Si oui, le schéma est-il lié à cet Agenda ?

5. Mise en œuvre et suivi

Moyens mobilisés

- Quel est le budget prévu pour l'ensemble de la politique ? Pour ses différents axes d'action ?
- Quels sont les outils financiers proposés ? A qui s'adressent-ils ?
- Un accompagnement technique des entreprises du tourisme est-il prévu ?

Évaluation

- Un contrôle de la mise en œuvre du tourisme durable sur le territoire est-il prévu ? Si oui, qui en est chargé ? A quelle fréquence ?
- Quels sont les moyens de gestion et d'évaluation mis à disposition ?

Communication

- Auprès des professionnels, comment la communication sur cette stratégie a-t-elle été organisée ?
- Le tourisme durable est-il envisagé comme un nouvel axe de promotion au sein de la stratégie marketing de la destination? Quels sont/ seront les canaux de communication exploités ?

L'INTÉGRATION DES PRINCIPES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LE TOURISME

Approche systémique et territoriale des logiques d'action françaises

En France, la notion de développement durable a commencé à s'installer dans le secteur du tourisme au cours des dix dernières années. Cette évolution se manifeste par le lancement de politiques de tourisme durable sur les territoires et par la multiplication d'initiatives éco-responsables au sein des entreprises. En vue de renforcer cet engagement et de coordonner les logiques d'action publiques et privées, une approche systémique et territoriale du développement touristique est nécessaire. En effet, le tourisme implique la mise en relation de groupes d'acteurs hétérogènes et interdépendants, sur des territoires d'accueil et de vie. L'étude de plusieurs cas révèle ainsi l'importance de placer l'écoute, la concertation et le partenariat au cœur de tout système touristique, afin de créer une synergie des acteurs autour du développement durable des destinations françaises.

Mots-clés : Développement durable, tourisme durable, territoire, système d'acteurs, logique d'action, politique publique, concertation, partenariat, synergie.

INTEGRATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT PRINCIPLES IN TOURISM

Systemic and territorial approach of action methods in France

In France, it has made ten years that the notion of sustainable development has begun to take hold in tourism sector. This evolution stays in setting sustainable tourism policies up on territories as well as in increasing the number of eco-reponsible initiatives within the companies. In order to strengthen this commitment and coordinate the public and private actions, a systemic and territorial approach of tourism development is needed. Tourism indeed implies heterogeneous and interdependent actors to interact on life and tourist sites. Studying several cases makes light of the several requirements generating synergy between all the actors over sustainable development in French tourism sites, such as consultation processes and the establishment of partnerships.

Key words: Sustainable development, sustainable tourism, territory, actor system, action method, public policy, consultation process, partnership, synergy.

UNIVERSITÉ DE PARIS 1 - PANTHÉON SORBONNE
INSTITUT DE RECHERCHE ET D'ÉTUDES SUPÉRIEURES DU TOURISME

Coordination des acteurs du tourisme français et développement durable : les apports d'une approche systémique et partenariale

Article basé sur un mémoire présenté pour l'obtention du

Diplôme de Paris 1 – Panthéon Sorbonne

MASTER PROFESSIONNEL « TOURISME » (2e année)

Spécialité **Développement et Aménagement Touristique des Territoires**

Par : **Melle Sarah LEJEUNE**

Directeur du mémoire : M. Jean-Pierre MARTINETTI

Septembre 2010

Résumé

En France, la notion de développement durable a commencé à s'installer dans le secteur du tourisme au cours des dix dernières années. Cette évolution se manifeste par le lancement de politiques de tourisme durable sur les territoires et par la multiplication d'initiatives éco-responsables au sein des entreprises. En vue de renforcer cet engagement et de coordonner les logiques d'action publiques et privées, une approche systémique et territoriale du développement touristique est nécessaire. En effet, le tourisme implique la mise en relation de groupes d'acteurs hétérogènes et interdépendants, sur des territoires d'accueil et de vie. L'étude de plusieurs cas révèle ainsi l'importance de placer l'écoute, la concertation et le partenariat au cœur de tout système touristique, afin de créer une synergie des acteurs autour du développement durable des destinations françaises.

Mots-clés : Développement durable, tourisme durable, territoire, système d'acteurs, logique d'action, politique publique, concertation, partenariat, synergie.

Plan

Avec près de 74,2 millions de touristes accueillis sur le territoire en 2009[1], la France est toujours la première destination touristique au monde, en dépit d'un recul de 9% pour l'ensemble de l'Europe fin 2009. Située devant les États-Unis et l'Espagne, elle reste une destination de choix pour le tourisme de proximité et de courts séjours, mais aussi pour le tourisme de luxe. Toutefois, le secteur touristique français doit affronter une concurrence internationale croissante et satisfaire une demande toujours plus exigeante. Il s'agit donc renouveler l'offre française et d'améliorer l'accueil, et bien évidemment de proposer un tourisme orienté vers les principes du développement durable et le respect des valeurs éthiques. En effet, face à des enjeux économiques, sociaux et environnementaux, mais aussi en réponse à la sensibilisation croissante des touristes aux valeurs du développement durable, l'industrie du tourisme français se doit d'évoluer vers plus de durabilité.

Ainsi en septembre 2008, un an après le lancement du Grenelle de l'environnement en France, J.-L. Borloo (Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du Territoire) a déclaré au sujet du développement durable du tourisme : *« La France, première destination touristique du monde, doit devenir demain, la première industrie touristique durable du monde. Et nous avons les entreprises pour le faire, les structures juridiques pour le faire, le patrimoine naturel pour le faire… Il ne nous reste plus qu'à avancer tous ensemble et au même rythme. »*

Sous quelles formes cette recherche de durabilité se manifeste-elle aujourd'hui au sein du secteur touristique français ? Quelle est l'incidence des principes de développement durable sur les relations public-privé au sein du système touristique français ? Quelles méthodes adopter pour une coordination des logiques d'action et une synergie autour du processus de tourisme durable en France ?

1. Du développement durable au tourisme durable : concepts et enjeux

1.1. Le développement durable, émergence d'un concept controversé

En réponse à des réflexions menées dès les années 1970 sur les limites de la croissance mondiale et sur la conservation de la nature au plan mondial, le rapport Brundtland (nom du 1er ministre norvégien) intitulé « Notre avenir à tous » en français a fourni les fondements du concept de développement durable en 1987. Ce document démontre la nécessité d'inscrire ce nouveau mode de développement dans l'économie mondiale, en précisant les menaces qui pèsent sur l'environnement planétaire et les sociétés. Mais surtout, c'est à la suite de la publication du rapport en plus de vingt langues que l'expression « développement durable » est adoptée dans sa définition la plus commune à travers le monde :

1 D'après le Bilan 2009 de la Direction Générale de la Compétitivité de l'Industrie et des Services.

« Un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins.[2] *»*

Cependant, 1992 est l'année qui marque réellement le départ d'une diffusion du concept, grâce à la conférence internationale des Nations Unies tenue à Rio (appelée « Sommet de la Terre »). Plus de 170 représentants de gouvernements y sont réunis et s'engagent à affronter trois grands problèmes planétaires : le changement climatique, la diversité biologique et la désertification. Par ailleurs, ils adoptent la *Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement*, qui définit les droits et responsabilités des États en la matière – sans pour autant revêtir de valeur juridique – et qui établit le champ du développement durable au-delà de la définition basique du rapport Brundtland. En effet, c'est à partir de 1992 qu'une vision tridimensionnelle apparaît indispensable pour concevoir l'idée de « durabilité », qui ne peut se réduire à la consommation prudente des ressources environnementales. Le concept de développement durable s'articule ainsi autour de trois axes essentiels et indissociables :

- *Économique* : il vise la rentabilité des activités économiques à long terme et génère une prospérité à tous les niveaux de la société.
- *Socio-culturel* : il contribue au bien–être des populations, répartit les bénéfices au sein des communautés locales, favorise le progrès, apporte une cohésion sociale et respecte les différentes cultures.
- *Environnemental* : il valorise et préserve le cadre de vie des populations, gère les ressources naturelles et limite les pollutions.

En résumé, le développement durable implique qu'aucune croissance n'est possible à long terme sans être économiquement efficace et socialement équitable, le tout dans un environnement vivable pour tous. Plus qu'une question d'accroissement économique qui préserve la nature et sauvegarde les ressources disponibles sur la planète, ce mode de développement nécessite une réflexion sur les inégalités socio-spatiales et le respect des populations.

En ce qui concerne la France, les réflexions sur le développement durable débutent avec la préparation du Sommet de Rio. Au début des années 1990, l'implication de la France se limite alors à des réflexions et des actions de sensibilisation sur la maîtrise de l'eau. Par ailleurs, des hésitations au niveau de la traduction française du concept de développement durable, qui est présenté dans le rapport Brundtland, ont introduit quelques malentendus et donnent encore lieu à des débats aujourd'hui.

En effet, les possibilités d'interprétation sont multiples et les positions exprimées sont très diverses, et plus ou moins contradictoires. D'après Gendron et Revéret (2000), on distingue trois types d'acception du concept de développement durable : conservatrice, modérée et progressiste. La première acception conçoit le développement durable comme une croissance et une rentabilité à long terme. Nombreux sont les opposants à cette vision des choses qui ne remet pas assez en question les modèles de développement économique actuels de productivisme et de globalisation, et qui limite les perspectives de protection de l'environnement. La deuxième voit le développement durable comme une simple harmonisation entre l'économie et l'environnement, mais leurs détracteurs mettent l'accent sur les liens plus étroits qui existent

2 BRUNTLAND H. (1987), Rapport de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'ONU, 318 p.

entre économie et société. Enfin, la conception la plus répandue est celle de l'intersection entre les logiques économiques, écologiques et sociales. Beaucoup regrettent qu'elle ne propose aucune alternative claire et qu'ainsi que le développement durable soit devenue une notion « fourre-tout », utilisée par les autorités et les entreprises pour légitimer leurs projets ou décisions dans de multiples circonstances.

1.2. La transversalité du tourisme durable

Bien qu'il s'agisse d'un thème incontournable, le tourisme ne fait pas partie des préoccupations majeures de la conférence de Rio sur le développement durable en 1992. Le premier pas vers une définition du tourisme durable est accompli par le PNUE, l'OMT et l'UNESCO[3], qui se réunissent en 1995 à Lanzarote (Canaries) et produisent une *Charte du tourisme durable* constituant un appel aux pouvoirs publics, à tous les acteurs du tourisme et aux touristes à travers le monde. Elle reprend ainsi le triptyque du concept de développement durable en l'appliquant au tourisme :

« Le développement touristique doit reposer sur des critères de durabilité ; il doit être supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales. »

Cette charte reconnaît également que « le tourisme étant un puissant instrument de développement, il peut et doit jouer un rôle actif dans la stratégie de développement durable ». Cependant, les 18 principes et objectifs de ce texte, qui sont ensuite adoptés par les Nations Unies, ne fournissent pas de critères détaillés dont le respect pourrait assurer le développement touristique durable d'un territoire donné. En fait, le tourisme durable est un concept qui est fixé tardivement, à partir des années 2000, que ce soit au niveau international, européen ou français.

Ce n'est qu'en 2004 qu'une définition officielle est publiée par l'OMT, qui replace le tourisme durable au sein des trois piliers du développement durable, et apporte de nouveaux éléments nécessaires à la construction et à l'appropriation du concept. Tout d'abord, l'OMT précise que la satisfaction et la sensibilisation des touristes aux pratiques durables sont essentielles, ce qui n'avait pas été évoqué jusqu'ici par les discours officiels. Mais surtout, cette définition insiste sur le fait que le tourisme durable n'est ni une forme spécifique de tourisme, ni une nouvelle filière de l'industrie touristique, car les principes et pratiques de durabilité *« sont applicables à toutes les formes de tourisme et dans tous les types de destinations »*. Cette précision est très importante car elle implique que le tourisme durable concerne la globalité du secteur du tourisme, y compris le tourisme de masse, le tourisme sportif ou encore le tourisme urbain. Il ne s'agit donc pas de réduire le tourisme durable aux pratiques du tourisme vert ou encore à des marchés de niche de l'industrie touristique tels que l'écotourisme ou le tourisme équitable.

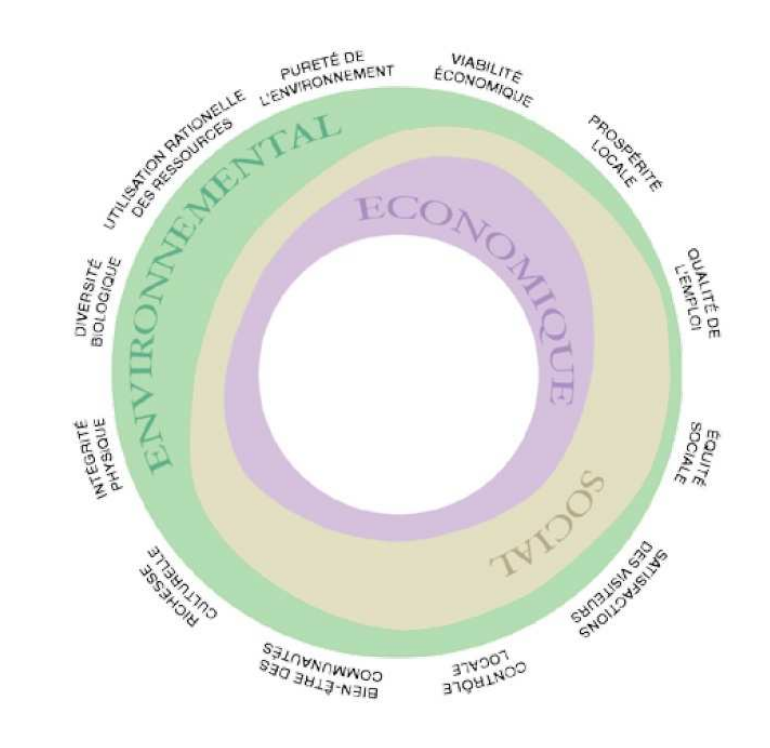
En 2006, la définition qui est adoptée par le Comité français sur le tourisme durable raccourcit celle de l'OMT, mais elle l'inscrit *« dans une dynamique qui articule des modes de production et de consommation responsables »* et précise que le développement touristique doit s'intégrer à l'économie du territoire touristique à long terme. De plus, la définition française

3 Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et le Culture.

insiste sur le fait que le tourisme durable implique des aménagements et une gestion adaptés, et conformes aux critères de durabilité. Enfin, la France ajoute que la « participation des acteurs locaux » vise ici à concilier le développement touristique avec les « besoins et capacités du territoire », ce qui introduit la notion de seuils à ne pas franchir. Malgré un certain retard dans la fixation du concept, qui a eu lieu quinze ans après les réflexions de Rio, la France s'est clairement positionnée au sein du cadre conceptuel du tourisme durable.

Loin d'être inconciliables, les notions de développement durable et de développement touristique se sont donc rapprochées depuis une quinzaine d'années. Mais au-delà des trois dimensions classiques – économique, sociale et environnementale – le tourisme durable est présenté par le PNUE et l'ICLEI comme l'articulation de douze objectifs transversaux, ce qui requiert de se placer dans une approche globale du tourisme. En effet, s'assurer du bien-être des populations, par exemple, implique de leur offrir des possibilités de progrès social grâce au tourisme mais dépend également de la gestion environnementale et des ressources locales qui impacte leur cadre de vie. Quant aux questions de qualité de l'emploi touristique et d'équité sociale, elles sont liées à la viabilité économique des entreprises, qui elle-même est liée à un environnement attractif pour des visiteurs. Cette combinaison des objectifs et des dimensions du développement durable a par ailleurs donné lieu à un schéma, qui est désormais utilisé par les acteurs du tourisme durable (cf. Figure 1).

***Figure 1* : Les douze objectifs et les trois dimensions du tourisme durable**



Source : PNUE/ICLEI, 2007.

2. L'analyse systémique et territoriale appliquée au tourisme

La complexité du phénomène touristique nécessite une approche systémique. En effet, que ce soit du point de vue de l'offre ou de la demande, du développement ou de la régulation, le tourisme passe nécessairement par des acteurs. Ils forment les composantes d'un système humain structuré, au sein duquel ils entrent en action de manière interdépendante, dans l'objectif de donner vie à leur destination. Il est donc nécessaire d'identifier les différentes parties prenantes du système touristique global de la destination France, avant d'analyser leurs implications respectives dans le processus de tourisme durable et les jeux d'acteurs qui en résultent.

Par ailleurs, un système d'acteurs touristique n'a aucune raison d'être s'il n'est pas associé à une destination, un territoire. En effet, excepté dans le cas d'une offre hors-sol, le tourisme est un phénomène territorialisé. L'industrie du tourisme et les systèmes qui la portent s'inscrivent spatialement et transforment les territoires en destinations touristiques, en tirant partie de leurs atouts culturels, architecturaux, paysagers ou encore climatiques. Le tourisme n'est donc pas un secteur d'activité délocalisable, mais se caractérise par un fort ancrage territorial. En réalité, il est nécessaire de prendre en compte la dimension territoriale dans toutes les stratégies de développement durable. D'après J. Theys (2002), *« c'est essentiellement à l'échelle des territoires que pourront être construites, démocratiquement, les articulations indispensables entre les dimensions sociales et écologiques du développement durable. S'en abstraire serait, inversement, réduire ce dernier à une politique intelligente de gestion économique des ressources communes ou des risques ».* Afin de cerner comment la prise en compte de la durabilité s'introduit dans le système touristique, une réflexion à différentes échelles de territoires est donc nécessaire.

Cette approche systémique et territoriale dans le cadre du tourisme durable, a été synthétisée sur un schéma (cf. Figure 2). Il représente les composantes endogènes du système touristique français à une échelle locale, ainsi que les acteurs exogènes situés à une échelle supérieure ou en amont de ce système :

- *Touristes, habitants* et *entreprises touristiques réceptrices* constituent ici le cœur du système touristique, car c'est autour de leur rencontre que s'organisent les lieux touristiques.
- Les *autorités locales* et les *structures de protection de l'environnement* interviennent directement dans l'organisation et la gestion durable du développement touristique, elles constituent des forces internes de la destination.
- Les *entreprises émettrices* et les *transporteurs*, en revanche, sont impliqués de manière indirecte dans ce système local car ils prescrivent et mettent en oeuvre le déplacement des touristes jusqu'à la destination sans participer à son animation.
- Les administrations de l'*État* et les *collectivités* supérieures se trouvent aussi en amont de ce système touristique, car leurs politiques orientent le développement des transports à aux niveaux national ou régional ainsi que les décisions des pouvoirs locaux en charge du tourisme.
- Les *institutions européennes et internationales*, quant à elles, émettent des directives et des recommandations en matière de tourisme et de développement durable qui constituent un cadre pour les décisions de tous les acteurs publics liés à ce système touristique.

Figure 2 : Le système touristique français, un jeu d'acteurs territorialisé

INSTITUTIONS INTERNATIONALES ET EUROPÉENNES
TRANSPORTEURS
ÉTAT ET COLLECTIVITÉS TERRITORIALES D'ÉCHELONS SUPÉRIEURS
ENTREPRISES ÉMETTRICES
DESTINATION
ENTREPRISES RÉCEPTRICES
CŒUR DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE
AUTORITÉS LOCALES
TOURISTES
HABITANTS
STRUCTURES DE PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

S. Lejeune / A. Huet, 2010.

3. L'expérimentation du développement durable au sein du système touristique français

3.1. L'éco-engagement : un premier pas vers le développement touristique durable pour les professionnels

Le premier impératif des entreprises, dans le tourisme comme dans les autres secteurs de l'économie, est de demeurer compétitives. Par conséquent, comme pour les collectivités, il existe un véritable intérêt chez les professionnels du tourisme français à faire progresser leur activité vers plus de durabilité, dans l'objectif de s'insérer dans l'évolution actuelle de la demande touristique. Ainsi, dès à présent, de plus en plus de prestataires touristiques manifestent leur engagement pour le développement durable et agissent dans le cadre de leur « éco-responsabilité ». Les hébergeurs, plus particulièrement, s'impliquent ainsi dans des démarches de gestion ou « management » environnemental.

Les systèmes de management environnemental (SME) sont décrits dans des normes internationales (ISO 14001) et européennes (EMAS) applicables en France, qui constituent des référentiels pour les entreprises du tourisme. Dans ces normes figurent des éléments relatifs à la mise en œuvre d'une politique environnementale, à sa démonstration et à son évaluation. Les entreprises qui les appliquent peuvent se faire certifier par un organisme d'audit et ainsi recevoir un label officiel.

Par ailleurs, différents « écolabels » appliqués au tourisme, dits « labels de tourisme durable » à tort, traduisent l'engagement des professionnels de l'hébergement touristique dans une gestion environnementale de leurs établissements. Ceux-ci viennent compléter les chartes et marques de qualité qui existent dans le secteur, ainsi que les marques de réseaux d'hébergements défendant le respect de l'environnement ou des valeurs de solidarité. L'analyse des caractéristiques de trois écolabels proposés en France, *l'Écolabel européen*, la *Clef Verte* et *Green Globe*, a fait ressortir les points suivants :

- L'éco-labellisation dans le tourisme est un phénomène très récent en France.
- Les systèmes d'éco-labellisation visent principalement les entreprises de l'hébergement touristique qui envisagent une gestion plus durable de leurs sites d'exploitation, et plus rarement les prestataires d'activités ou les transporteurs qui sont concernés par d'autres démarches
- Les référentiels à respecter pour l'attribution des écolabels se limitent à une politique et/ou des performances environnementales.
- Pour les professionnels de l'hébergement touristique, l'éco-labellisation constitue un moyen de valoriser leurs démarches de gestion environnementale auprès du grand public grâce à plusieurs modes de communication.

Le management environnemental s'insère désormais dans les stratégies marketing des entreprises touristiques françaises, y compris les PME. Les professionnels les approprient comme des outils de compétitivité, car elles leur permettent de se distinguer sur le marché du tourisme et de capter de nouvelles clientèles sensibilisées au respect de l'environnement et à l'écologie. Par ailleurs, les démarches qui ont été décrites donnent aux professionnels du tourisme la possibilité de réaliser des économies considérables, et ainsi d'augmenter leur rentabilité, tout en les impliquant dans une gestion équilibrée de leurs sites d'implantation et des ressources naturelles locales. En générant des retombées économiques et en favorisant la protection du patrimoine naturel, les SME et l'éco-labellisation des entreprises constituent donc un atout du système touristique français dans son évolution vers plus de durabilité.

3.2. L'action publique en faveur du développement durable du tourisme : une question de volonté politique ?

L'analyse des politiques touristiques menées par la Bretagne et le Nord a mis en évidence le rôle grandissant de la région et du département dans le développement durable du tourisme en France, tandis que l'État ne s'y engage pas formellement. En effet, sans se fonder systématiquement sur la définition du tourisme durable adoptée en France en 2006, les collectivités publiques inscrivent progressivement les principes de Rio dans leurs stratégies

territoriales, y compris de développement touristique. D'autres territoires français ont récemment élaboré des schémas de développement touristique marqués par une ambition de durabilité, tant dans leur processus d'élaboration que dans les actions proposées : les départements de la Nièvre, du Finistère et des Alpes-de-Haute-Provence, ou encore les régions de Picardie ou du Rhône-Alpes.

Par ailleurs, cette analyse comparée a montré que les priorités d'action des collectivités dans le secteur du tourisme sont liées aux compétences qui leurs sont propres, qui conditionnent leurs ressources. Effectivement, en accord avec ses missions de développement économique et d'aménagement du territoire, la région Bretagne intervient auprès des acteurs publics et privés du tourisme de manière à augmenter la compétitivité de ce secteur économique et à créer de nouveaux pôles touristiques sur le territoire régional en dehors du littoral. Quant au département du Nord, ses domaines d'intervention étant notamment l'action sociale et l'aide à l'équipement rural, ses politiques touristiques se tournent davantage vers les questions d'accessibilité et d'offre touristique en milieu rural. Les schémas de développement touristiques régionaux et départementaux reflètent ainsi le partage des pouvoirs entre les échelons territoriaux qui a été institué par les lois de décentralisation.

Il convient néanmoins de rappeler que les politiques de développement durable du tourisme sont surtout le reflet d'une volonté politique et d'enjeux économiques. En effet, de manière générale, les projets territoriaux de développement durable (qui se traduisent souvent par la mise en place d'un Agenda 21 local) nécessitent un portage politique fort pour aboutir à une concrétisation. Un engagement affirmé des élus en faveur du développement durable favorise ainsi la mise en place de politiques touristiques durables. De plus, la variabilité du poids économique du tourisme sur les territoires français est un facteur qui détermine l'implication des collectivités dans le développement touristique durable. C'est ainsi que la région Bretagne a décidé de lancer une dynamique de développement durable du tourisme, dans le cadre de son Agenda 21, bien que la consultation et la participation de l'ensemble des opérateurs du tourisme à l'échelle régionale ait nécessité le déploiement de moyens techniques considérables et plusieurs années de travail collectif. Ainsi, lorsque les élus et les structures territoriales sont convaincus du bien-fondé et de l'intérêt d'une politique de développement touristique durable et que les acteurs privés du tourisme disposent de relais pour l'accompagnement de leurs projets, la question de l'échelle d'intervention pertinente – régionale, départementale ou locale – n'en est plus une.

Le système touristique français présente donc une certaine avance pour ce qui est de la rencontre des divers groupes d'opérateurs touristiques et de leurs logiques d'actions. Face à une demande croissante en matière de produits et sites touristiques durables et dans un contexte général d'expérimentation des principes du développement durable dans le fonctionnement des territoires, les mesures d'incitation des acteurs touristiques et le décloisonnement des réflexions sont donc une voie à poursuivre.

4. Réflexion collective et partenariat : fondements d'une synergie des acteurs autour du tourisme durable

4.1. La participation des habitants et des touristes pour une gouvernance des territoires touristiques

La gouvernance locale renvoie à un mode d'administration territoriale qui n'impose pas une situation d'autorité, mais qui fait intervenir tous les acteurs aux processus de décision. L'objectif est de multiplier les points de vue, de résoudre les conflits, de faire converger les intérêts et de coordonner les actions sur le territoire. Lorsqu'il s'agit de décider de mener une politique touristique, la gouvernance implique en premier lieu la participation des habitants du territoire, qui constituent le premier groupe d'acteurs impacté par le développement du tourisme, car il a une incidence importante sur leur cadre de vie quotidien. Pour que les politiques touristiques menées par les collectivités répondent aux critères de développement durable, leur voie doit nécessairement être prise en compte par une démocratie participative.

Par ailleurs, la construction d'une dynamique visant la durabilité du développement touristique ne peut se passer du point de vue des touristes. Étant les acteurs de la demande touristique et des habitants temporaires des destinations qu'ils visitent, les touristes sont évidemment à inclure dans le dispositif de consultation. D'une part, les touristes sont des consommateurs qui ont des avis et des attentes à exprimer en ce qui concerne l'offre touristique et de loisirs des territoires : L'accueil général les satisfait-il ? Comment évaluent-ils la qualité des prestations d'hébergement et d'activités touristiques consommés ? Souhaitent-ils renouveler leur expérience touristique sur ce territoire et pourquoi ? Selon, quels aspects de l'offre est à améliorer ?

D'autre part, les touristes et excursionnistes habitent temporairement le territoire lors de leur visite ou séjour. A cette occasion, ils deviennent des usagers des infrastructures et espaces de vie du territoire. Les visiteurs donc exposer leur perception générale de l'aménagement touristique du territoire : L'accessibilité du territoire et des sites touristiques est-elle suffisante ? Quels sont les modes de transports qu'ils privilégient et pourquoi ? Quelles sont les zones touristiques attractives du territoire et pourquoi ? D'après eux, de quelles infrastructures le territoire manque-t-il ?

Bien qu'elle soit longue et délicate à mettre en place, la démarche participative est donc une étape primordiale au développement durable du tourisme sur les territoires. Comme l'a montré le cas de la région Bretagne, une enquête menée auprès des visiteurs permet de recueillir des suggestions qui enrichissent la réflexion stratégique autour du développement touristique. C'est ainsi que les habitants et les touristes peuvent conserver leur position, au cœur du système d'acteurs et de toute activité touristique.

4.2. Une coopération public-privé garante de la cohérence des politiques touristiques

Afin de mener des stratégies de développement touristique durable, les structures publiques en charge du tourisme doivent intégrer la diversité des entreprises du tourisme dans leur prise de décision. En effet, la construction d'un développement touristique durable fait entrer les acteurs publics et privés du système touristique dans une logique de projet commun et demande une concertation régulière.

Tout d'abord, la concertation entre les élus et les professionnels du tourisme est nécessaire pour disposer d'un diagnostic partagé du territoire. Il s'agit d'identifier la multiplicité des représentations et des pratiques touristiques qui sont menées, de connaître les problèmes qui se posent aux professionnels, de repérer leurs attentes et ambitions, et de cerner les moyens qu'ils sont prêts à mobiliser dans le cadre du développement durable du tourisme. Sur la base de cet état des lieux, le plus exhaustif possible, un diagnostic représentatif des enjeux du territoire peut être élaboré et servir à la réflexion collective. Par la suite, la concertation avec le secteur privé est essentielle pour parvenir à la définition d'axes de travail majeurs pour le développement touristique du territoire et pour aboutir à un plan d'actions réaliste. En effet, des échanges répétés avec les prestataires touristiques ou leurs représentants permettent de valider ou de réorienter la stratégie touristique envisagée par les élus, puis de mettre en place un programme d'actions qui reflètent justement les besoins et capacités des acteurs de terrain. Ainsi, la concertation vise une intervention plus efficace des collectivités auprès des professionnels du tourisme et une mise en œuvre plus effective des objectifs de durabilité.

Le développement touristique durable nécessite des compétences qui sont aujourd'hui partagées entre plusieurs entités, à diverses échelles : région, département, communes. Cette imbrication des pouvoirs donne lieu à de multiples stratégies territoriales, qui se recoupent et se complètent. Afin de garantir la cohérence, l'efficacité et la pérennité de l'action publique en matière de développement touristique, la mise en place de partenariats contractuels entre collectivités et structures publiques chargées du tourisme devient alors une nécessité.

L'articulation des politiques touristiques régionales et départementales est un premier pas vers un développement touristique durable. En effet, le schéma régional de développement du tourisme est le moyen légitime de la Région pour fixer les modalités et les conditions de mise en œuvre des objectifs touristiques définis au plan régional. Le schéma départemental doit prendre en compte les orientations régionales, notamment en termes d'axes prioritaires et de planification des aides directes et indirectes aux entreprises.

Par ailleurs, la contractualisation permet de faire de chaque acteur local un co-partenaire du développement touristique et d'appréhender l'action publique à l'échelle territoriale la plus pertinente, celle des territoires de vie. En effet, le contrat de territoire est le point de rencontre entre la stratégie régionale ou départementale et la vision intercommunale ou communale du tourisme, avec la mise en place de moyens financiers nécessaires à la réalisation des projets et des actions au niveau local. Il s'agit d'un outil privilégié pour rendre les collectivités locales plus réactives et plus performantes en matière de développement touristique durable, et leur confier des missions spécifiques, pour une cohérence des actions et projets menés sur le territoire.

4.3. Progresser vers une culture partagée du tourisme durable

Malgré l'émergence de projets de développement touristique durable en France, il ne faut pas oublier que le développement durable et le tourisme durable ne sont pas des notions absolues et que leur signification est encore floue pour les Français. L'intégration de principes de durabilité dans les modes d'action du système touristique nécessite donc, au préalable, des efforts de construction d'une culture partagée du tourisme durable.

La dynamique de développement touristique des territoires fait surtout appel à des élus, à des agents territoriaux et à des professionnels issus de petites entreprises qui ne sont pas formés aux questions de développement durable. Afin d'assurer la constructivité des échanges entre acteurs et contribuer à de réels changements en matière de tourisme durable en France, il est donc essentiel de professionnaliser les acteurs du tourisme. Afin de fournir des outils de développement durable aux acteurs des collectivités territoriales, des organismes locaux de tourisme, des fédérations professionnelles, aux distributeurs de voyages, hébergeurs et prestataires d'activités touristiques, des formations professionnelles sont organisées par des cabinets de conseil, des groupes d'experts du tourisme durable et les Chambres de Commerce et d'Industrie locales.

Bien évidement, la formation du personnel est aussi un élément important dans la réussite du développement durable du tourisme. Certains responsables d'entreprises touristiques prennent donc le temps de sensibiliser et former leurs salariés sur les pratiques de développement durable, d'autant que cette dimension est parfois intégrée aux critères d'obtention d'une éco-labellisation (cf. *Clef* Verte). Il s'agit par exemple de leur apporter des éléments concrets concernant l'utilisation de produits d'entretien dans le respect de l'environnement. Cependant, les programmes de formation intègrent encore rarement des modules sur le développement durable du tourisme.

Enfin, les travaux conduits sur l'expérimentation du tourisme durable en France, par l'AFIT puis par ODIT France, au cours des dix dernières années ont permis de tirer une leçon importante. Ils mettent en évidence le fait qu'il n'existe pas un tourisme durable mais diverses manières d'expérimenter le développement durable du tourisme sur les territoires, en termes d'acteurs impliqués, d'échelles d'intervention, d'outils mobilisés, de temps de projets, etc. Ainsi, l'évolution du système touristique vers plus de durabilité doit évidemment s'appuyer sur la recherche de critères et indicateurs pertinents, qui permettent la reconnaissance des territoires touristiques durables. Cependant, un élément essentiel dans le processus de développement durable du tourisme français est l'échange de savoir-faire. En effet, le retour sur expériences – réussies ou non – permet à différents territoires et acteurs de mutualiser leurs connaissances en matière de développement durable et de tourisme, et de capitaliser sur des « bonnes » pratiques qui ont concrètement été testées sur le terrain. Au-delà des dispositifs de gouvernance des territoires touristiques et du partenariat entre acteurs, c'est principalement grâce à un tel partage de savoir-faire qu'une culture partagée du tourisme durable pourra progressivement se bâtir en France.

Conclusion

L'engagement des institutions françaises en faveur de l'environnement et du développement durable n'a cessé de se renforcer ces dernières années, une nouvelle Stratégie Nationale de Développement Durable pour la période 2010-2013 ayant été adoptée en juillet dernier. La mise en œuvre effective de ce mode de développement en France nécessite la participation active de tous les acteurs de la société civile, de la sphère économique et politique, des associations et des citoyens. Le secteur du tourisme, qui représente un point fort de l'économie française et qui regroupe une multitude d'acteurs, est entièrement concerné par cette évolution.

Or, l'instauration d'une synergie autour du tourisme durable en France ne peut se passer d'une gouvernance des territoires appuyée sur la concertation des acteurs. En ce sens, les Parcs naturels régionaux constituent de véritables modèles d'organisation territoriale, porteurs de valeurs fortes et d'innovations. En effet, ces territoires non administratifs sont gérés par des structures mixtes, qui mènent des projets concertés de développement économique, social et culturel. Grâce à la forte adhésion des habitants et acteurs locaux, ils deviennent des lieux d'expérience et d'approfondissement de la démocratie locale, mais également des laboratoires de tourisme durable. Ainsi, il semble que l'échange de savoir-faire entre les divers acteurs du tourisme et entre échelles territoriales soit une clé du développement touristique durable des destinations françaises.

Références

AFIT (2001), *Piloter le tourisme durable – dans les territoires et les entreprises*, première et deuxième parties, Guide de savoir-faire, Les Cahiers de l'AFIT, 127 p.

BRUNTLAND H. (1987), *Rapport de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'ONU*, 318 p.

GENDRON C. & REVERET J.-P. (2000), «Le développement durable », in *Économies et Sociétés,* Série F, n°37, « Développement » - I, 9/2000, p.111-124.

ODIT FRANCE (2006), *Le tourisme durable par l'expérience – Le terrain commande*, éditions ODIT France, coll. Ingénierie Touristique – Guide de savoir-faire, 80 p.

PNUE, ICLEI (2003), *Tourism and Local Agenda 21 – The role of local authorities in sustainable tourism*, 61 p.

THEYS J. (2002), « L'approche territoriale du " développement durable ", condition d'une prise en compte de sa dimension sociale », *Développement durable et territoires* [En ligne], Dossier 1 : Approches territoriales du Développement Durable, mis en ligne le 23 septembre 2002.

UNIVERSITÉ DE PARIS 1 - PANTHÉON SORBONNE
INSTITUT DE RECHERCHE ET D'ÉTUDES SUPÉRIEURES DU TOURISME

– DOSSIER D'OUTILS MÉTHODOLOGIQUES –

L'INTÉGRATION DES PRINCIPES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LE TOURISME

Approche systémique et territoriale des logiques d'action françaises

Mémoire présenté pour l'obtention du

Diplôme de Paris 1 – Panthéon Sorbonne

MASTER PROFESSIONNEL « TOURISME » (2e année)

Spécialité **Développement et Aménagement Touristique des Territoires**

Par : **Sarah LEJEUNE**

Sous la direction de : **Jean-Pierre MARTINETTI**

Septembre 2010

LISTE DES OUTILS MÉTHODOLOGIQUES

DOCUMENT A : Retranscription d'entretien avec Marie Leplay (of-FEEE)

Date / durée : 4 mai 2010 / 45 mn. **Lieu** : Bureaux de l'office français de la Fondation pour l'Education à l'Environnement en Europe (of-FEEE) – Paris. **Personne/ structure rencontrée** : Marie Leplay, responsable du programme Clef Verte.

1. L'of-FEEE et du programme Clef Verte

Sarah Lejeune : Pourriez-vous me présenter la Clef Verte, ses origines, son fonctionnement, et me dire quel est votre rôle ?

Marie Leplay : Je suis la responsable nationale de la Clef Verte, je m'occupe de la coordination du label partout en France. Je suis également en lien avec mes homologues étrangers, puisque la Clef Verte est implantée dans 16 pays actuellement. Quelle est la place du label au sein de notre structure ? En fait, la structure s'appelle la Fondation pour l'Education à l'Environnement, vous êtes ici dans l'office français. Notre association est représentée dans une soixantaine de pays à travers le monde aujourd'hui, au départ c'était en Europe et puis ça s'est étendue aussi au Japon, en Nouvelle-Zélande, au Kenya, etc. Cette association développe différents programmes tous liés à l'éducation à l'environnement. Certains programmes sont orientés vers le secteur touristique, c'est le cas de la Clef Verte ou encore du Pavillon Bleu. Un autre programme, à destination des collectivités, par directement lié au tourisme mais qui travaille sur les problématiques de l'énergie qui s'appelle Energies d'Avenir. Et puis ensuite, deux autres programmes qui sont à destination du secteur scolaire : Eco-Ecole pour les écoles primaires et collèges, et Jeunes Reporters pour l'Environnement qui s'adresse plus à des collégiens et lycéens. Donc le fil conducteur de tous ces programmes-là c'est l'éducation à l'environnement, y compris pour le Clef Verte.

S.L. : J'ai vu que la Clef Verte avait été créé en 1994 au Danemark, par une fédération hôtelière. Savez-vous si cette création fait suite à la conférence de Rio de 1992 sur le développement durable ou s'il s'agit tout simplement d'une volonté demande des hôteliers ?

M.L. : Je n'étais pas là au moment de cette création ! Mais je pense que c'est plutôt une volonté des hôteliers parce que ça a été créé par une fédération hôtelière. Le but global de ces fédérations, l'équivalent en France étant l'UMIH, c'est défendre les intérêts des professionnels, et pour cela ils ont trouvé qu'il fallait améliorer la gestion environnementale dans les hôtels. Ils sont donc créé ce label. Ce n'était pas une association écologiste, qui aurait plus été en lien avec Rio. Mais peut-être aussi qu'un membre de la fédération était à Rio…

S.L. : J'ai aussi pensé que le Danemark était en avance sur ces questions-là…

M.L. : Absolument, c'est au Danemark que ça été créé et pas en Italie ou en Espagne, ni même en France. Et effectivement, ils avaient une véritable sensibilisation, un temps d'avance.

S.L. : Quand est-ce que le label est arrivé en France ?

M.L. : En 1998, pour les campings. Ensuite en 2005, en France, on s'est étendu aux hôtels. Depuis 2007, aux gîtes et chambres d'hôtes. Et cette année, on ouvre aussi aux résidences de tourisme et auberges de jeunesse.

S.L. : Beaucoup de personnes aujourd'hui associent la Clef Verte aux campings…

M.L. : Eh oui, pourtant on ça change et communique là-dessus !

2. Le SME et la Clef Verte

S.L. : Le programme de la Clef Verte correspond à un système de management environnemental (SME) au sein des exploitations, est-ce bien ça ?

M.L. : En fait, je dirais qu'avec un SME on doit soi-même formuler ses objectifs. Donc la Clef Verte, ce n'est pas trop ça, c'est plus un label car on a une grille de critères qui est fermée, pour chaque type d'hébergement. Donc ce n'est pas tant l'établissement qui met en place ses propres objectifs et ses moyens d'évaluation, etc., comme avec ISO ou EMAS. Cela dit, on n'est pas comme un label à proprement parler, car on essaie de prendre en compte la dynamique des gens et leur volonté de poursuivre leur démarche. C'est-à-dire que si la première année, ils ont un niveau qui est bon mais avec quelques petites zones à améliorer, ils peuvent très bien obtenir la Clef Verte à condition que l'année suivante, ils montrent souhaitent en conserver la Clef Verte en montrant des améliorations, qu'ils ont toujours des projets écologiques et qu'ils répondent à nos nouveaux critères. Il y a des critères impératifs et optionnels, alors par exemple on va leur dire « Cette année, on va vous faire travailler sur le matériel de bureau et la papeterie », on a justement introduit quatre critères orientés là-dessus. Donc chaque année on essaie de pousser les gens à améliorer leur gestion et en ce sens, on se rapproche un peu d'une démarche de certification du management environnemental. Il y a une dimension d'évaluation et d'amélioration qui est prise en compte.

S.L. : Je croyais que le fait de mener une politique environnementale et de mettre en place un SME aboutissait soit à une labellisation, soit à une certification…

M.L. : Pour moi le management environnemental c'est ISO ou EMAS. L'Écolabel, c'est un label avec une grille fermée et on n'en déroge pas. J'entends par là que vous n'avez pas le droit à cette petite zone d'ombre la première année et qui reste à améliorer, le label vient valider une démarche qui est vraiment aboutie. Et par contre, il n'y a pas d'évolution derrière, donc c'est un peur différent dans ce sens-là.

3. Les critères d'obtention de la Clef Verte et le tourisme durable

S.L. : Les critères d'obtention du label couvrent des champs environnementaux. Il n'y a pas de critères sociaux ou économiques ?

M.L. : Non. Le seul critère qui se rapproche un peu du social c'est la formation du personnel sur les questions environnementales. Donc ça ne va pas très loin…

S.L. : Vous ne favorisez donc pas tout à fait du tourisme durable ?

M.L. : Ah non, on ne s'autoproclame pas « tourisme durable », mais plutôt « tourisme vert ». Mais il y a le nouveau système des CCI, qui a été mis en place par l'ACFCI, qui s'appelle RESPECT et qui couvre les trois champs du développement durable. Et la Clef Verte en fait partie pour le champ environnemental.

4. La valeur du label Clef Verte

S.L. : En ce qui concerne le label, il doit être renouvelé une fois par an. Pourquoi est-il valable pour une durée limitée à un an, et non pas deux ou trois ans ?

M.L. : D'abord, c'est une obligation au niveau international. Donc on fait une vérification papier tous les ans, un renouvellement non pas administratif mais…documentaire. C'est-à-dire qu'on demande de répondre aux nouveaux critères, et de nous transmettre leurs projets, chaque année. Et tous les trois ans, il y a une visite de contrôle.

S.L. : Si je comprends bien, tous les ans c'est une question de confiance en les établissements ?

M.L. : C'est une question de confiance. Alors quand le jury a un doute ou qu'un candidat n'est pas très dynamique, on va le voir pendant l'été. Mais, c'est tous trois ans, parce qu'on considère aussi qu'il faut laisser un petit peu de temps aux gens pour mettre en place des choses. Et puis faire une visite tous les ans reviendrait très cher, on a 500 établissements en France, donc pour aller constater les mêmes choses avec un léger changement, c'est pas forcément pertinent non plus.

S.L. : Vous présentez le label Clef Verte comme « un vecteur de promotion touristique fort ». Avez-vous mené une étude à ce sujet, pour connaître sa notoriété auprès des touristes ?

M.L. : On n'a pas mené d'étude. Par contre, Atout France est en train de réaliser une étude qui dit que la Clef Verte est connue de nom par 15% des Français. Ce qui nous a heureusement surpris ! Il y a eu un virage, car cela fait douze ans qu'on travaille avec les professionnels. Et pendant les dix premières années, les gens ne connaissaient pas la Clef Verte. Aussi parce qu'on avait 120 campings, 10 hôtels et 10 chambres d'hôtes, on n'avait pas une offre qui permettait d'avoir certaine promotion. Aujourd'hui, on a un panel d'établissements qui nous permet plus facilement d'être présents sur différents supports (même si on n'a toujours pas beaucoup de budget pour ces actions-là. Alors quand j'ai vu que 15% connaissaient la Clef Verte de nom, j'ai trouvé que c'était un bon résultat vu d'où on partait il y a deux ou trois ans. Après, on n'a pas mené une étude auprès des gestionnaires, pour savoir combien ça leur rapporte de clients en plus, quel pourcentage, on n'en a pas ressenti le besoin en fait. Les professionnels adhèrent à notre action, on a de plus en plus de candidats chaque année, donc a pas besoin de réaliser une étude pour prouver quoi que ce soit en fin de compte.

S.L. : En fait, la question principale est de savoir si les touristes choisissent vraiment leur destination en fonction d'un label, quel qu'il soit… Même si vous n'avez pas réalisé d'étude, est-ce que vous pensez que les clients sensibles à ce label en France soient surtout des touristes venant de

pays où il y a une plus grande sensibilisation à l'environnement ? Est-ce que vous ne pensez pas que le label a plus d'impact sur ces touristes étrangers que sur les Français ?

M.L. : C'est très différent d'un établissement à l'autre. Il y a des établissements où vous avez 80% de Hollandais et d'autres 5%. Donc la comparaison est difficile. Pour ce qui est des campings, je pense effectivement que ça attire la clientèle étrangère de Hollandais, de Belges, d'Anglais… Bon, on n'est pas implantés en Angleterre, mais en Belgique et en Hollande, oui. Pour ce qui est des hôtels, c'est un peu différent. On a à peu près 150 hôtels de la chaîne B&B par exemple, avec une clientèle française et économique, mais ils ont quand même tous postulé et veulent tous avoir le label. Donc la distinction entre les Européens du Nord qui sont plus sensibles et les autres, je pense qu'elle n'est plus très vraie mais ça tend à se rapprocher. En France, depuis deux ans, il y a un tel battage sur les questions environnementales depuis le Grenelle I (et aujourd'hui ils lancent le Grenelle II), que les gens en prennent de plus en plus conscience.

S.L. : Pensez-vous que les autres labels, comme l'Écolabel européen ou Green Globe, soient des concurrents en France ?

M.L. : On a des établissements qui avaient la Clef Verte depuis très longtemps, voire depuis 1998, et quand l'Écolabel européen est arrivé, ils ont postulé. Mais ils ont gardé la Clef Verte quand même, grosso modo ils gardent leurs deux logos. On a aussi, c'est vrai, des établissements qui nous disent préférer l'Écolabel européen, ça arrive. Je pense qu'il peut y avoir concurrence entre les deux, mais encore une fois, l'approche est différente. Nous on va essayer de les accompagner et les tirer vers une démarche environnementale aboutie, et l'Écolabel va arriver sur cette démarche aboutie pour valider. En cela, c'est un peu différent et je pense que les personnes le savent. Et puis, la Clef verte est implantée dans seize pays à travers le monde : les Japonais connaissent la Clef Verte, en Amérique ça commence à arriver aussi, ce n'est pas seulement européen et le tourisme non plus… C'est peut-être aussi pour ça que certains essaient de cumuler les deux. Et puis, je pense aussi qu'aux yeux du grand public il y a de la place pour les deux.

5. Le contact avec les établissements labellisés

S.L. : Après l'obtention du label, effectuez-vous un suivi des établissements ? Peuvent-ils se tourner vers votre structure pour obtenir de l'aide en cas de problème ou est-ce seulement le rôle des CCI ?

M.L. : Cela dépend pour quoi. Par exemple, si un établissement choisit de lancer la formation du personnel, il va plus facilement se tourner vers un organisme de formation ou une CCI. S'il a une question précise et technique, par exemple quand un camping me demande conseil pour choisir un type de robinet, j'essaie de les orienter un peu. C'est quelque chose qu'on fait un peu en parallèle de la Clef Verte.

S.L. : De qui se compose le jury ?

M.L. : Ce sont des personnes qui représentent des structures, elles sont salariées ou bénévoles. Il s'agit des partenaires, des professionnels, de ministères, des experts aussi. Il y a des experts du tourisme, certains sont spécialisés sur le camping, il y a François Tourisme Consultants. On a des guides de campings qui sont également membres du jury. Ça fait un moment qu'ils ne peuvent pas, mais on avait le Comité de liaison des énergies renouvelables, pour toutes les questions d'énergie. Donc il y a une quinzaine de personnes.

S.L. : J'ai vu que les coûts étaient limités et plafonnés pour la Clef Verte, alors que d'autres labels sont vraiment coûteux. A quoi est-ce que c'est dû ? A l'audit ?

M.L. : Oui c'est nous qui organisons les audits. On recrute des ambassadeurs, qui vont faire une tournée durant l'été. Cette année on recrute une dizaine de personnes sur toute la France, qui vont se charger chacun d'un secteur avec la liste des sites à visiter. C'est-à-dire qu'on a internalisé les visites, mais aussi on les a mutualisées avec un autre programme qui fait aussi des visites, c'est la Pavillon Bleu qui concerne les plages et les ports de plaisance. Donc si on envoie quelqu'un en Bretagne, il va visiter tous les sites Clef Verte et Pavillon Bleu de Bretagne. Donc cela nous permet d'avoir des coûts d'audit relativement raisonnables. Car en effet, s'il faut compter le prix de l'audit en plus, les prix montent très vite…

S.L. : Ensuite, quand vous attribuez le label à un établissement, que reçoit-il ?

M.L. : Ils ont tout de suite un diplôme. Et à partir de cette année, ils vont recevoir une plaque automatiquement, ce n'était pas encore le cas. Et puis ils ont la possibilité de nous acheter des produits : des petits et moyens panneaux de critères, des drapeaux… Donc on essaie aussi de faire vivre un peu le programme par la vente de ces produits, mais aussi de diffuser l'image du label.

S.L. : Et alors, les établissements labellisés sont-ils satisfaits de ce que vous leur offrez ou est-ce qu'ils en demandent plus ?

M.L. : Il y a plusieurs types de lauréats Clef Verte. Les premiers sont ceux qui étaient là au début et qui sont super motivés par l'environnement, à qui on n'a rien appris, qui veulent continuer, aller plus loin. Et la deuxième catégorie, ce sont les gens qui avaient un établissement, qui n'étaient pas particulièrement engagées mais qui ce sont dit que l'écologie ça devenait important, à qui il faut expliquer les critères et quels sont les enjeux derrière. Ils sont plus difficiles au démarrage, mais il s'agit de notre cible d'éducation à l'environnement, l'idée de sensibiliser un maximum de personnes. Ceux-là, par contre, on essaie de les faire venir vers nos critères et sont moins pressés que ça monte… Moi, ce qui me fait dire que les gens sont satisfaits – encore une fois, il n'y a pas d'étude – ce sont ceux qui postulent pour le renouvellement. Parce que c'est à nouveau des frais, ils montrent leurs efforts, etc. Depuis quatre ans, le taux de renouvellement avoisine les 90%, donc je me dis que les gens ne doivent pas être trop mécontents de la prestation !

S.L. : Et les personnes qui postulent pour la première fois, où ont-elles entendu parler de la Clef Verte ?

M.L. : Dans le cadre de démarches engagées par des CCI, par des territoires, par des chaînes d'hôtels ou de campings. Ça peut être aussi par la presse professionnelle. Aussi sur Internet, on ne met pas trop longtemps pour nous trouver en général. On a aussi des partenariats avec des fédérations professionnelles, qui diffusent le label auprès de leurs membres.

6. La Clef Verte parmi les initiatives de tourisme durable en France

S.L. : Vous m'avez parlé de votre participation au programme de l'ACFCI. En général, travaillez-vous en partenariat avec des organismes locaux comme les CCI ?

M.L. : Bien sûr. On a un partenariat national avec l'ACFCI signé l'année dernière, mais on travaillait localement avec des CCI depuis longtemps. Cela tend à développer leur travail de relais entre la Clef Verte et les entreprises. Dans le cadre de RESPECT et même avant (car la démarche RESPECT a été lancée en juillet 2009), on travaillait avec les CCI qui étaient demandeuses d'outils pour accompagner les établissements et leur dire : « Cette année on va travailler sur le champ environnemental, ceux qui sont intéressés pourront mettre en place une démarche, ce qui pourra aboutir à un label. » Et c'est là que le côté marketing, d'apposition d'un logo, devient intéressant comme une récompense, une distinction, une finalité. Les CCI ne font pas de choix et proposent les deux, l'Écolabel européen et la Clef Verte, parce qu'ils se recoupent un peu. Pour nous, il s'agit de relais locaux qui viennent accompagner les établissements sur le terrain, ce qu'on n'est pas en mesure de faire : un accompagnement au quotidien, une réunion tous les mois, dans tous les départements…

S.L. : Donc les CCI les orientaient déjà vers vous pour prendre connaissance des critères, etc. ?

M.L. : Voilà. Donc on s'occupe de réceptionner les candidatures, de traiter les questionnaires, comme pour les autres candidatures. On sait quand il y a une démarche engagée par la CCI, bien souvent on est en relation. Lorsqu'il y a une question à laquelle personne ne sait répondre, des critères ambigus, la personne référente de la CCI nous contacte pour nous demander de les éclairer.

S.L. : Ce sont donc les conseillers des CCI qui assurent le suivi ?

M.L. : L'accompagnement jusqu'au renvoi du questionnaire. Nous, quand on les reçoit, qui traitons les candidatures, qui réceptionnons les pièces justificatives et qui les présentons au jury. Donc c'est cela qu'on a concrétisé dans le cadre du partenariat. Mais ce qu'on fait souvent, aussi, c'est qu'on propose de faire des interventions dans les CCI, auprès des professionnels qui n'ont pas encore choisi leur label, pour leur présenter la Clef Verte.

S.L. : Comment les choses vont se passer avec le programme RESPECT ?

M.L. : Il n'y a pas eu l'établissement d'un lien précis. Simplement, la Clef Verte est dans la boîte à outils de RESPECT, à disposition des CCI sur l'Intranet. Donc pour la partie environnementale, elles peuvent utiliser la Clef Verte. Pour la partie sociale, elles peuvent utiliser, par exemple, Tourisme & Handicap.

S.L. : Travaillez-vous également avec des collectivités ?

M.L. : Oui. On a des partenariats avec des Comités Départementaux du Tourisme : l'Aisne, l'Hérault et la Somme, qui jouent un rôle qui se rapproche de celui des CCI. Ils veulent « verdir » un peu leur département, alors il y a un petit accompagnement qui est fait.

S.L. : J'ai eu l'occasion de rencontrer quelqu'un au Conseil Général du Nord, qui m'a présenté la politique de soutien aux hébergements touristiques du département. Elle inclut des critères environnementaux très poussés, et on m'a clairement affirmé qu'ils ne trouvaient pas nécessaire de travailler avec des labels. Quand aux CCI du Nord, elles ne sont pas très actives dans de domaine. Qu'en pensez-vous ?

M.L. : Ils n'ont pas besoin des labels, dans les faits. Par contre, on sent qu'au niveau de l'image, une initiative uniquement départementale, bien qu'elle soit très performante, reste peu visible.

S.L. : Pensez-vous que ce travail que vous commencez avec les CDT pourrait vraiment porter du fruit ?

M.L. : Oui je pense, pour l'image du département. Le Finistère, la Somme et l'Hérault sont les premiers départements Clef Verte. Et rien que du point de vue des professionnels, il y a cette volonté de « verdir » l'offre.

S.L. : La Clef Verte ne se revendique pas « tourisme durable ». Mais d'après vous, au final est-ce que ce genre de label et de démarche environnementale peut réellement en arriver développer un tourisme durable en France ?

M.L. : Bien sûr ! C'est un instrument pour mettre en place une démarche durable. Est-ce qu'on (la Clef Verte) doit prendre en compte des critères sociaux et économiques en plus des critères environnementaux ? C'est une réflexion mais pour l'instant ce n'est pas le cas.

S.L. : Est-ce que vous pensez qu'il aurait intérêt à travailler avec d'autres labels, comme Tourisme & Handicap ?

M.L : Ça pourrait être une idée, bien sûr, et ce partenariat existe déjà avec le Pavillon Bleu. Mais il n'y aura pas un label pour chaque domaine ni pour tout couvrir, Tourisme & Handicap n'est qu'une partie du « social ».

S.L. : Une dernière question : est-ce que le système Clef Verte doit faire face à certaines difficultés propres à la France ? Certains blocages ? Au niveau du respect de certains critères par exemple ?

M.L. : Non, il n'y a pas de frein particulier.

DOCUMENT B : Compte-rendu d'entretien avec Fanny Kaufman (Huttopia)

Date / durée : 9 septembre 2009 / 45 minutes.

Lieu : Siège d'Huttopia, route du Chapoly – 69290 St-Genis-les-Ollières

Personne/ structure rencontrée : Fanny Kaufman, Responsable du Développement chez Huttopia S.A.

1. Présentation d'Huttopia S.A.

Pouvez-vous me présenter l'entreprise Huttopia et sa démarche ?

Huttopia est une entreprise née en 1999, créé par le couple Céline et Philippe Bossanne (cf. dépliants et brochures de présentation). Sa philosophie de base c'est de trouver de beaux espaces naturels, de s'implanter sans abîmer le site, tout ça pour une clientèle familiale et leur proposer de se détendre dans le respect et la découverte de l'environnement.

Huttopia c'est 14 campings et deux réseaux. Il y a 5 campings Huttopia, implantés sur sites vierges, avec des constructions en bois non traité et sur pilotis, et 9 campings Indigo plus traditionnels, qui sont une réhabilitation de campings existants.

Au sein du tourisme, sur quel marché vous positionnez-vous ?

Nous faisons partie de l'hôtellerie de plein air. Il y a les camping-clubs et les campings résidentiels mais nous faisons partie des campings nature, qui est le modèle originel du camping. Nos campings ont environ 200 emplacements, qui sont plus grands que dans les autres campings et peu délimités. Il n'y a pas de restaurant mais une épicerie de dépannage, avec une vitrine qui présente les produits des commerçants des alentours et qui incite à aller leur rendre visite. Sinon, on fait partie du tourisme de nature, l'écotourisme n'est pas revendiqué chez nous.

Pouvez-vous me définir les composantes de votre offre ? Proposez-vous seulement des hébergements ou bien aussi des prestations de transport, des activités sportives et des visites ?

Oui on propose des activités gratuites et payantes dans les campings. Mais l'acheminement est libre jusqu'au camping. D'ailleurs la plupart des personnes viennent en voiture, mais il y a une politique forte de « zone sans voiture » au sein des campings.

2. Huttopia et les critères de l'écotourisme

Quels types d'espaces sont privilégiés pour vos implantations ?

On choisit des régions reconnues comme ayant un potentiel touristique mais pas des zones touristiques. Huttopia s'implante surtout sur le rétro-littoral ou dans l'arrière pays. En fait il s'agit surtout de coups de cœurs. Il n'y a pas de critères précis à remplir mais la seule condition est que la collectivité soit le moteur du projet.

Que faites-vous pour minimiser l'impact des installations sur les écosystèmes et les ressources naturelles ?

Nous avons des sites sur pilotis, pour la partie construite qui représente une part minime c'est-à-dire qu'il y a un maximum de 30% d'hébergements locatifs (chalets, roulottes et tentes canadiennes). On utilise de l'isolation naturelle et du bois naturel non traité. Il y a des lampes à énergie solaire, des petits frigos à gaz. Et nos piscines sont naturelles, c'est-à-dire sans chlore.

Adaptez-vous les campings au contexte local ou avez-vous des modèles-types pour vos constructions et programmes d'activités ?

Il y a des modèles-types de chalets, roulottes et tentes, qui sont uniques chez Huttopia. Mais on adapte toujours les activités au lieu.

Avant leur arrivée, est-ce que les touristes sont sensibilisés sur le respect du cadre naturel et de la population locale durant leur séjour ?

Oui, puisqu'on leur propose des activités de découverte naturelle et culturelle locales. Mais en fait, ce sont les touristes qui sont demandeurs d'informations dans ce domaine, parce que c'est ce qu'ils recherchent.

Une fois sur place, les touristes peuvent-ils bénéficier d'une interprétation des paysages, du milieu, de l'histoire locale, par un guide professionnel ?

Oui, des randonnées sont organisées avec des guides. Soit des visites sont organisés pour des groupes exclusivement du camping, soit on oriente les touristes vers des guides externes.

Est-ce que les employés font partie de la population locale ?

Oui. En particulier les saisonniers qui connaissent bien le coin.

Y a-t-il des saisonniers ? Sont-ils choisis parmi les voisins du camping ?

Oui (cf. question précédente).

Au final, est-ce que vos produits sont rentables ?

Oui, il s'agit d'une entreprise solide. Nos activités sont rentables au bout de 5 à 6 ans. Il y a un fort investissement dans l'ingénierie, un travail est mené avec des designers, on est dans une phase de développement très important en ce moment.

Est-ce que les responsables des campings s'engagent à participer à la protection des zones naturelles ?

Oui, c'est indispensable.

3. Huttopia et le tourisme durable

Est-ce qu'Huttopia a déjà établi un partenariat avec un territoire, un espaces protégé ou collectivité, dans le cadre d'un accord ou d'une charte concernant le tourisme durable ?

Beaucoup de nos sites se trouvent en forêts domaniales, donc nous sommes en partenariat avec l'ONF et nous respectons leur charte.

Saviez-vous que 2002 a été l'Année Internationale de l'Écotourisme lancée par les Nations Unies ?

Oui, j'en ai entendu parler.

Est-ce qu'Huttopia a participé à des conférences dans ce cadre ? L'entreprise a-t-elle pris des engagements dans le domaine de l'écotourisme ?

Non car elle était trop jeune encore à l'époque, en 2002.

En fait, la tendance est d'intégrer dans les programmes municipaux (et présidentiels) un volet environnemental. Et c'est ce qui a constitué la porte ouverte à des entreprises comme Huttopia. On est contactés directement par les communes pour la réhabilitation de campings municipaux, mais il y a beaucoup de refus car souvent ils sont trop structurés ou trop petits.

L'OMT et les Nations Unies ont donc précisé la notion d'écotourisme en 2002 (citation). Considérez-vous que l'offre d'Huttopia y corresponde ?

Peut-être, mais nous revendiquons avant tout le côté « nature ». On fait du tourisme de nature.

Utilisez-vous le concept d'écotourisme dans votre communication ?

Très peu, car on ne veut pas utiliser de termes restrictifs. En fait on ne fait pas de pub en général, on travaille uniquement sur la relation presse.

4. Partenariat et communication

Est-ce que vous travaillez avec des tours opérateurs ?

Très peu, 95% des réservations sont faites directement par Internet ou par téléphone.

On utilise les T.O. pour l'étranger, car on a des clientèles hollandaises, allemandes, belges et anglaises. On a aussi un partenariat avec Atalante pour le Canada, mais ça ne marche pas très bien.

Est-ce qu'Huttopia est présent sur des salons ?

Non.

Depuis la création d'Huttopia, comment votre offre a-t-elle évolué ? Il y a seulement eu une hausse des capacités d'accueil ou bien aussi une diversification des produits ?

Huttopia est une entreprise qui est basé sur l'innovation donc il y a eu une diversification.

Quelle est la stratégie de développement pour les années à venir ?

De continuer à innover. Il y aussi un service séminaire depuis 2 ans, Huttopia a accueilli de nombreuses entreprises comme Nature & Découvertes, L'Oréal et la fondation de Nicolas Hulot, en particulier à Rambouillet.

DOCUMENT C : Retranscription d'entretien avec Aude Lefèvre (Conseil général du Nord)

Date / durée : 19 avril 2010 / 1 heure.

Lieu : Forum de l'Hôtel de Département du Nord - Lille.

Personne/ structure rencontrée : Aude Lefevre, chargée d'études Tourisme à la Direction du Sport, du Tourisme et des Espaces Naturels du Conseil général du Nord.

1. Présentation de la structure et du contexte touristique

S.L. : Tout d'abord, combien êtes-vous ici au service Tourisme et comment êtes-vous organisés ?

A.L : On est huit personnes. Une responsable de service, une adjointe qui est moi-même. Un pôle « ingénierie » avec deux chargés d'études, avec un chargé d'études qui a un profil plus juridique et Christophe qui a un profil plus tourisme. Un pôle « investissement » avec deux personnes qui s'occupent d'instruire toutes les demandes de subventions et d'investissement, notamment les aides aux hébergements touristiques durables et le fonds de développement touristique pour les projets. Un autre pôle « fonctionnement » qui regroupe également deux personnes qui suivent aussi des dossiers de demande de subventions mais pour le fonctionnement avec le fonds de promotion touristique.

S.L. : Et vous travaillez en collaboration avec le CDT du Nord ?

A.L. : Oui on a un CDT qui est assez important, qui compte une trentaine de personnes. On travaille plus en amont, sur le développement et sur l'élaboration des politiques touristiques et eux travaillent plus sur la mise en œuvre de cette politique qui est décidée ici au Département, sur la promotion et la commercialisation.

S.L. : Donc le CDT s'occupe du côté mise en œuvre.

A.L. : Effectivement, ce n'est pas comme ça dans tous les départements, mais dans le Nord on a décidé de se doter d'une politique touristique, et d'un service Tourisme qui travaille au développement touristique.

S.L. : Ce n'est pas le cas dans tous les départements ?

A.L. : Non, il y a des départements où il n'y a pas de service Tourisme et où le CDT, par exemple, pilote les schémas. Ici, le schéma est fait en interne au Département et le CDT met plutôt en œuvre cette politique qui est décidée.

S.L. : Pourriez-vous me présenter les caractéristiques du tourisme dans le Nord ? En ce qui concerne l'offre et la fréquentation par exemple ?

A.L. : On a une fréquentation qui se caractérise surtout par des courts séjours. On est dans une position au carrefour de l'Angleterre, de la Belgique et Paris qui n'est pas très loin. Donc on a une clientèle qui est surtout régionale, avec un pourcentage aussi d'étrangers, des Belges, Anglais, Néerlandais, mais qui est plutôt une clientèle de passage c'est-à-dire des courts séjours ou de l'excursionnisme.

En termes d'hébergement, on a une offre assez importante d'hébergements dits « ruraux » : gîtes et chambres d'hôtes, qui sont amenés à beaucoup se développer. On a également le label « Gîte de France » qui enregistre des taux d'occupation assez élevés, on arrive facilement à 70-80% d'occupation, ce qui n'est pas le cas partout en France. Pour les hôtels aussi on a des bons taux de fréquentation, principalement sur la métropole lilloise qui est le cœur du tourisme régional, de par sa taille et son positionnement, on est à une heure de Paris et de la gare de Londres. Donc le trafic est facilité par le réseau ferroviaire et l'aéroport.

Lille est une ville qui connaît beaucoup de tourisme d'affaires et qui est aussi connue comme ville de congrès. Il y aussi de l'agrément, car c'est une ville qui a une offre culturelle avec pas mal de musées sur la métropole.

S.L. : Et au-delà de la métropole, y a-t-il un tourisme « vert » ?

A.L. : On est un département assez long qui se caractérise par des territoires, qui ont chacun leur particularité, car ça va de la côte jusqu'à l'Avesnois. Dans le sud du département c'est un tourisme très vert car c'est la campagne, il y a beaucoup de bocages. C'est là qu'a été implantée la station touristique du Val-Joly, qui a été créée autour d'un lac, qui est encore en train de se développer et qui est le cœur de ce territoire. Elle a ouvert en 2008. Sinon, on a une partie littorale qui n'est pas très importante mais qui existe tout de même. Et puis des villes moyennes dans le territoire de Flandre qui se caractérisent par des manifestations touristiques, c'est la gastronomie, la fête. Et entre la métropole et l'Avesnois, on a le Hainaut qui marche plutôt sur de l'offre culturelle avec des villes moyennes comme Valenciennes, Douai ou Cambrai, qui ont des musées et des monuments.

S.L. : Est-ce que vous avez un pic de fréquentation lors de la Braderie de Lille, en septembre ? Et s'agit-il vraiment de tourisme ou bien que d'excursionnisme ?

A.L. : C'est sur un week-end, comme c'est très connu ça draine énormément de monde. Mais je ne suis pas sûre que les gens restent plusieurs jours pour la braderie. Sachant qu'elle ne ferme pas la nuit, je ne crois pas qu'en termes de consommation d'hébergement ce soit significatif. En plus, on aussi un tourisme qui se caractérise par de l'hébergement chez des parents ou amis.

2. L'agenda 21 du département du Nord et le service Tourisme du Conseil Général

S.L. : J'ai consulté l'Agenda 21 du département du Nord et j'ai vu qu'il y avait eu plusieurs phases dans sa réalisation à partir de 2001, avec trois éditions tous les deux ans. Est-ce que le service Tourisme du Conseil Général a été impliqué dans l'élaboration de cet Agenda 21 et à partir de quand ? Dès la première phase de réflexion ?

A.L. : On a une cellule « Agenda 21 » au Département qui regroupe quatre ou cinq personnes qui ont travaillé à l'élaboration de cet agenda. Ce qui a été demandé au service c'est de proposer des

axes de réflexion sous forme de fiches-action. Donc il y a des groupes qui se sont constitués dans lesquels on réfléchissait aux actions qui pouvaient rentrer dans le cadre de cet Agenda 21 et prendre en compte les axes de développement durable. On avait déjà en tête de faire évoluer cette politique d'aide aux hébergements touristiques donc on avait effectivement t proposé une fiche-action sur ce thème.

S.L : Dès le départ en 2001 ?

A.L. : Non, pas dès 2001 mais les groupes de travail se sont constitués assez rapidement. On réfléchissait aux actions qui pouvaient être menées mais ça n'a pas abouti tout de suite. D'ailleurs la réflexion sur l'évolution de la politique liée aux hébergements n'a pas été menée dans le cadre de l'Agenda 21. C'est forcément lié mais ça a été vraiment piloté au service Tourisme, en marge de cette démarche.

S.L. : Donc au départ, quand l'Agenda 21 a commencé à être élaboré, il n'a pas tout de suite été question de redéfinir la politique touristique pour la rendre plus durable ?

A.L. : Non, mais nous y avions déjà pensé auparavant. C'est vrai que notre réflexion sur l'outil qui permettait de redéfinir toute la politique départementale a été affinée à ce moment-là, mais on avait commencé à travailler sur un document dès 2002-2003.

S.L. : De façon parallèle à l'Agenda 21 alors ?

A.L. : Oui de façon parallèle. Et c'est une fois qu'il a été adopté qu'on a commencé à travailler vraiment sur la définition de la politique, les critères, les modalités de financements, etc.

S.L. : Donc ce n'est pas l'Agenda 21 qui a suscité cette nouvelle politique ?

A.L. : Si forcément, ça en découle. Mais notre réflexion n'a pas été menée spécifiquement dans ce cadre-là. En fait il y avait trois groupes de travail pour l'Agenda 21: le Département en tant que maître d'ouvrage, les actions internes au sein de l'institution, et puis les actions de financement comme le tourisme.

S.L. : L'Agenda 21 a-t-il impliqué une collaboration avec d'autres services du Conseil Général ?

A.L. : Effectivement, dans notre réflexion il y a eu d'autres Directions qui ont été impliquées, notamment le service spécifique « Agenda 21 ». Mais on a eu essentiellement des partenaires extérieurs.

3. Les actions de l'Agenda 21 liées au thème du tourisme

S.L. : Je vois que dès 2003, il est question du tourisme dans l'Agenda 21. L'action 11 « Promouvoir l'éco-citoyenneté, l'éducation et la formation à l'environnement » parle de développer l'écotourisme et qu'un des indicateurs d'évaluation est le nombre de visites des Espaces Naturels Sensibles du département. La fréquentation de ces espaces correspond-elle à de l'excursionnisme ou réellement à du tourisme ?

A.L. : Non, je ne vois pas de consommation touristique autour de ces espaces.

S.L. : Ensuite en 2005, l'action 31 de l'Agenda 21 est intitulé « Intégrer le développement durable dans le plan de formation des agents ». Il est question de promouvoir une culture citoyenne au sein de l'institution. Quel type de formation au développement durable les agents de votre service ont-ils reçue ?

A.L. : Ce n'est pas lié à l'Agenda 21, mais pour définir notre politique on a fait travailler des bureaux d'étude spécialisés en développement durable, notamment François Tourisme Consultants. En amont, ils ont dispensés des formations au sein du service mais aussi à tous les partenaires qui entraient en compte dans la mise en œuvre de cette politique. Sinon dans le cadre de l'Agenda 21, il y a des actions comme les « Cafés des pratiques », des moments à thème où on vient échanger régulièrement sur le développement durable. Mais en termes de formation à proprement parler, je ne pense pas qu'il y en ait eu.

4. La politique départementale de soutien aux hébergements touristiques durables

S.L. : A partir de 2007, il y a cette action 86 « Développer une offre touristique répondant aux exigences du développement durable par la politique de soutien aux hébergements touristiques ». Je vois qu'il s'agit d'une refonte de la politique touristique, qu'en était-il avant 2007 ? Est-ce qu'il y avait déjà une politique de soutien ?

A.L. : Avant on avait déjà des aides, elles datent des années 90 : une aide à l'hôtellerie, une à l'hôtellerie de plein air, et une aux hébergements ruraux. Elles étaient conditionnées par certains critères : taille de la commune, type de porteur de projet, nombre de chambres pour les hôtels, etc. Il s'agissait d'aides spécifiques pour chaque type d'hébergement avec des plafonds, un taux de subvention, qui étaient encadrées avec quelques critères mais qui n'étaient pas très nombreux et qui n'avaient pas du tout trait au développement durable. Donc dans la réflexion du schéma, le première action a été de proposer de refondre cette politique d'aide à l'hébergement touristique. Parce qu'on s'était aperçu que, comme elles n'avaient été élaborées toutes au moment, les exigences étaient plus qualitatives pour les hébergements ruraux, et pour l'hôtellerie ce n'était plus adapté à l'offre et pas très exigeant. Donc on voulait remettre à niveau nos aides et y introduire du développement durable. Il s'agit donc bien de l'action n°1 du schéma où on décrit déjà ce que pourra être la future politique. On ensuite lancé la réflexion avec FTC pour élaborer une politique avec de nombreux critères du développement durable, qui reprennent l'ensemble des notions du développement durable. Et là on est sur un niveau de qualité et d'exigences similaire pour les trois types d'hébergements.

S.L. : Cette politique concerne uniquement les hébergements ou avez-vous aussi une politique de soutien aux prestataires d'activités touristiques ?

A.L. : Dans ces politiques, il y a un volet de l'aide qui est consacré à l'aménagement de la zone touristique qui est située en complément de l'hébergement. C'est donc vraiment lié à l'hébergement, et non pas un projet de loisirs. Mais si l'hôtelier ou le gestionnaire de camping par exemple, souhaite proposer du loisir touristique en complément de son offre d'hébergement, c'est tout à fait possible de le soutenir. Sinon on a une autre politique qui est le « fonds de développement touristique » qui permet d'intervenir sur les projets qui ne sont pas de l'hébergement, mais qui ne prend pas compte la dimension de développement durable, c'est une ancienne politique qui n'a pas ce niveau d'exigence.

S.L. : Pour cette action, dans l'Agenda 21, il est question de créer des produits touristiques qui « valorisent la culture locale et la redistribution dans l'économie locale ». Qu'est-ce que cela signifie dans le cadre de cette politique ?

A.L. : Alors ça peut concerner toutes les dimensions comme l'architecture en valorisant, dans la phase de construction, le bâti de la région. On avait déjà une politique de « l'hébergement de Pays », qui vise à préserver le patrimoine bâti, avec toute une typologie d'hébergements accompagnée d'un travail pour répertorier ce patrimoine. Mais lorsqu'on parle de « valoriser la culture locale », pour l'hébergeur ça peut impliquer de travailler avec les acteurs locaux, les organisateurs de manifestations touristiques, inciter à aller voir les musées du coin. En ce qui concerne la gastronomie, pour les repas servis dans l'hébergement, ça peut être se fournir un maximum localement. En termes de « redistribution », c'est faire travailler des gens plutôt du coin. Voilà ce qu'on met derrière ce type de critères.

S.L. : J'ai vu qu'il y avait un cahier des charges à respecter pour obtenir les aides. Alors, est-ce que cette dimension « redistribution » en faisant travailler des personnes du coin fait partie des critères ?

A.L. : Oui, ça en fait partie. Il y en a un type d'hébergement car ce ne sont pas les mêmes critères, mais voilà un exemple les cahiers des charges que doivent respecter les porteurs de projets pour être subventionnés par le Département. Il y a 12 objectifs qui balayent toutes les dimensions du développement durable, du cadre de vie au chantier qui respecte l'environnement. On a décidé de dérouler tout le projet touristique de la réflexion jusqu'aux travaux, et à chaque phase du projet on reprend les objectifs qui peuvent être atteints, avec au sein de chaque objectif des critères qui sont très précis et exigeants. Sachant qu'on a deux niveaux de qualité dans les trois politiques : la « qualité durable » et la « haute qualité durable ». Pour ce dernier niveau il y a plus de critères à remplir, mais la subvention est majorée. Mais vous verrez, il y a des critères qui sont plus du bon sens, c'est des choses que les gens peuvent faire naturellement comme éviter les investissements « lourds » donc c'est aussi une boîte à idée pour les porteurs de projets.

S.L. : Ces critères concernent donc même la construction ?

A.L. : Oui il y a un volet de critères qui s'applique à la phase d'investissement, aux travaux. Et un autre concerne la fonctionnement et l'exploitation de la structure une fois ouverte, il s'agit des bonnes pratiques de fonctionnement et d'exploitation.

S.L. : En plus de cela, est-ce que les exploitants reçoivent des conseils spécifiques ? Est-ce qu'ils bénéficient d'un accompagnement technique ou de formations ?

A.L. : Dans le cadre du dispositif d'aide à l'hébergement touristique durable, mais ça existait aussi avec l'ancienne politique, on travaille en collaboration avec le C.A.U.E., le Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et d'Environnement du département du Nord. On le missionne pour faire un diagnostic du bâti, et qui va faire ses préconisations dans le but du développement touristique du bâti et qui va orienter le projet sur l'aspect architectural et d'environnement paysager, sur la qualité ou haute qualité durable, selon la typologie.

S.L. : Le C.A.U.E., pourriez-vous me préciser comment il fonctionne ?

A.L. : Le Département lui verse une subvention. Mais il y a des architectes-conseil qui peuvent aussi travailler pour les particuliers. Alors ils nous font un rapport de visite, qui nous sert à

instruire le dossier. Et en même temps, on déclenche aussi une visite de l'Association des Paralysés de France, qui va faire le diagnostic d'accessibilité de l'hébergement et ses préconisations. Donc voilà les deux partenaires qui interviennent tout de suite. Après, on a une personne au sein de la Direction qui est architecte et qui va suivre le porteur de projet tout au long de la réalisation de ses travaux, qui va l'accompagner techniquement.

S.L. : Cette politique vous amène-t-elle aussi à travailler avec les Chambres de Commerce et d'Industrie, qui ont aussi un service Tourisme et qui ont aussi ce rôle d'accompagnement des porteurs de projets ?

A.L. : Ils ont été associés à l'élaboration du dispositif, ils étaient présents aux formations, ils ont aussi été associés à la présentation du dispositif avec les modalités. Aujourd'hui, pour les hébergements ruraux, on ne travaille qu'avec les hébergements labellisés (Gîtes de France, Clévacances, Accueil Paysan et Bienvenue à la Ferme pour les fermes-auberges), donc on a un interlocuteur dans la phase d'instruction et ce qui permet d'orienter les porteurs de projets qui le souhaite vers notre service. Pour les hôtels et les campings, on n'a pas cette interface qui permettrait de les toucher, alors on a fait un travail de sensibilisation dans les CCI. Donc ils connaissant le dispositif et en parlent, mais on aimerait arriver à les associer encore plus pour que le maximum d'hôteliers et de propriétaires de camping soient au courant du dispositif, car ils sont en contact direct avec les propriétaires et exploitants. Donc voilà, ils sont sensibilisés mais il faut qu'on travaille vraiment à un partenariat plus formel.

S.L. : Et pour l'instant ce n'est pas le cas…

A.L. : Non ce n'est pas le cas. Ils connaissent le dispositif et quand ils ont une demande, je pense qu'ils nous renvoient certains porteurs mais ce n'est pas automatique.

S.L. : Sachant que de leur côté, il y a l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie qui est en train de développer le dispositif RESPECT, qui consiste aussi à de l'accompagnement des hébergements touristiques pour faire du tourisme durable…

A.L. : Oui, ici ce ne sera pas nécessaire car tout est déjà bien mis en œuvre par le Département. Mais c'est vrai qu'on ne peut pas non plus subventionner tout le monde, les porteurs de projets privés sont subventionnées dans les communes de moins de 25 000 habitants. Ce qui fait qu'il y a toute une partie des hébergements dont on ne peut pas financer les projets. Donc le Département intervient en aide directe au privé dans le cadre de ses compétences en aménagement rural. Donc on aide par tous les hôteliers, tous les propriétaires de camping, toutes les chambres d'hôte… Alors on travaille sur un document, qui va sortir, sur les bonnes pratiques d'exploitation et de fonctionnement de la structure une fois qu'elle est ouverte, ce qui va au-delà de ceux qu'on aide. C'est comme le guide Internet, il n'est pas destiné uniquement aux personnes qui peuvent être subventionnées. On veut ouvrir un maximum l'accompagnement et la sensibilisation au développement durable.

S.L. : Quel est le budget du Département pour ce dispositif ?

A.L. : On ne travaille pas comme ça, on a un budget « Tourisme » annuel d'environ 7 millions d'euros, qui est une goutte d'eau par rapport au budget départemental, et il nous permet de subventionner les porteurs de projet. On a dû financer, en effet, les missions confiées aux bureaux d'études. Mais pour la mise en œuvre du dispositif cela se situe dans la continuité de ce

qu'on faisait avant, c'est-à-dire que l'on vote un budget « Tourisme » et sur ces crédits-là on octroie des subventions. Sachant qu'avant, on subventionnait un petit peu plus d'hébergements et maintenant que dispositif a été adopté, qui est un peu plus exigeant et un peu plus lourd, on subventionne un peu moins de projets. Et donc ce dispositif représente à peu près 80% de notre budget total.

S.L. : Par hébergement, de combien d'euros environ est cette aide ? Est-ce que ça dépend de la taille de la structure ou de son projet peut-être ?

A.L. : Pas de la taille mais du type d'hébergement et de la politique visée. Par exemple, si on vise la qualité durable avec un nombre de critères restreint, pour un gîte, ils peuvent obtenir jusqu'à 16 500 euros. Par chambre c'est 4 500 euros, sachant qu'on limite à cinq chambres l'aide pour les gîtes. En fait ça marche toujours avec un plafond de dépenses pour eux et on subventionne toujours à 30%.

S.L. : Et jusqu'à maintenant, combien de dossiers on été traités ?

A.L. : Pour l'instant, on a une quinzaine de projet qui ont été subventionnés, essentiellement des hébergements ruraux et quelques hébergement d'hôtellerie de plein air. On a des hôtels qui sont en cours d'instruction mais qui n'ont pas encore été sortis. Actuellement on a entre 50 et 60 dossiers en cours d'instruction.

S.L. : Et combien de temps dure l'instruction d'un dossier ?

A.L. : Entre 1 an – 1 an et demi à 3 ans pour les gros projets.

S.L. : J'ai vu que vous aidiez pour des projets de construction, est-ce qu'il s'agit de personnes qui partent à zéro ? ou de rénovation d'hébergements ?

A.L. : Non, on n'aide pas pour le neuf. Quand on parle de « création », c'est la création de l'hébergement touristique mais pas du bâti, ce qui implique de lourds travaux de toute façon, mais c'est de la réhabilitation. Et lorsqu'on parle de rénovation, c'est que l'hébergement touristique existait déjà et qu'on le rénove.

5. L'élaboration du Schéma départemental de développement touristique durable (2005-2010)

S.L. : Pour en revenir au schéma départemental, vous m'avez dit avoir fait appel à François Tourisme Consultants. Sont-ils intervenus dans l'élaboration ?

A.L. : Non, que pour le dispositif d'aide. Pour le schéma, on s'est fait accompagné par un autre bureau, Géo-Système, en 2005.

S.L. : Le CDT a aussi participé à son élaboration ?

A.L. : Il faisait partie du comité de pilotage mais c'était vraiment piloté ici.

S.L. : Et il y avait donc autre schéma avant celui-ci ?

A.L. : Oui qui datait de 1994. C'était un schéma très classique et il n'y avait pas du tout cette dimension de développement durable.

S.L. : Vous m'avez dit que cette politique départementale, elle ne découle pas particulièrement de l'Agenda 21…

A.L. : Là-dedans, l'Agenda 21 a impulsé le fait que les Directions devaient, pour l'élaboration de nouveaux dispositifs ou politiques, prendre en compte le développement durable. Et après, effectivement, on a orienté le schéma et tous les dispositifs qui en découlent dans le sens du développement durable. Donc si, il a impulsé la réflexion mais ça n'a pas été uniquement dans ce cadre-là.

S.L. : Quel est le lien entre votre politique et la politique régionale du tourisme ? Est-ce qu'elle en décline une partie ?

A.L. : Non, la réflexion pour ce schéma a été entamée un peu avant la réflexion sur le schéma régional. Donc ça a un peu alimenté le schéma régional, sachant qu'on était sur des objectifs différents. De notre côté, on était sur des actions concrètes, sur la mise en œuvre de dispositifs d'action, alors que le schéma régional est plus dans la réflexion prospective donc à plus long terme. Mais le schéma régional prend aussi en compte l'aspect développement durable.

S.L. : Donc c'est vous qui avez fait remonter les propositions ?

A.L. : Eh bien on avait commencé notre réflexion avant, donc on avait des billes qu'ils n'avaient pas et on faisait partie du comité de pilotage.

S.L. : Donc vous n'avez pas attendu d'avoir les grands axes fournis par la Région ?

A.L. : Ah non, pas du tout. En plus, à l'époque il y avait encore une politique touristique à la Région, ce qui n'est plus le cas actuellement. Il y a toujours un service Tourisme mais qui n'est plus qu'une personne, et ils ont arrêté leur dispositif d'aide à l'hébergement. Avec les nouveaux contrats de projets État-Région, ça va certainement bouger de nouveau, mais à l'heure actuelle on est la seule collectivité qui aide les hébergements dans le Nord, sachant que dans le Pas-de-Calais il y a aussi une aide à l'hébergement du Département.

6. Le Schéma départemental et les dimensions du développement durable

S.L. : Ce qui a attiré mon attention dans ce schéma c'est qu'il vise le développement durable dans quatre dimensions : éthique, sociale, économique et patrimoniale. Cela ne correspond à aux trois piliers classiques du développement durable : environnemental, social et économique. Est-ce un choix pour vous distinguer ? Et cette idée vient-elle du Conseil Général ou du bureau d'études ?

A.L. : Ce qui change, effectivement, c'est le « patrimonial ». Je pense que ça vient d'ici et pas du bureau, et notamment de la responsable du service qui trouvait trop réducteur l'aspect « environnement » et qui, sous l'aspect « patrimonial » englobe l'environnement mais aussi le bâti.

S.L. : Ce patrimoine à préserver et à mettre en valeur dans le Nord, de quoi s'agit-il ?

A.L. : C'est le bâti, les paysages, l'environnement, tout ce qui caractérise le département du Nord. On parle aussi de patrimoine culturel. Donc on a trouvé que cette terminologie regroupait plus de choses que l'environnement.

S.L. : Pour la dimension éthique, il est parlé de gouvernance. Alors y a-t-il eu une concertation avec les acteurs du tourisme et les habitants du Nord pour l'élaboration de schéma ?

A.L. : Pour les habitants, non. Mais pour les partenaires, absolument. Les professionnels du tourisme étaient représentés, il y avait les syndicats d'hôteliers et gestionnaires, tous les labels étaient représentés et les organismes de tourisme (le CDT et les communautés d'agglo dotées d'une politique touristique). La concertation a eu lieu, il y a eu des comités de pilotage en amont et après il y eu une présentation du document aux territoires.

S.L. : Les territoires ? C'est-à-dire ?

A.L. : Les cinq territoires touristiques du département : la Flandre-Côte d'Opale, Cœur de Flandre, Lille Métropole, le Hainaut et l'Avesnois.

S.L. : Ces pays sont représentés par des structures ?

A.L. : Non, pas au niveau du tourisme. Sauf le Pays de Flandre.

S.L. : En ce qui concerne la dimension sociale, il est question d'un travail en réseau. Un réseau a-t-il été créé pour que cette politique soit mise en œuvre ?

A.L. : Oui c'est le réseau de professionnels dont parlait tout à l'heure. Des réseaux existants comme les labels, les professionnels de l'hôtellerie et de l'hôtellerie de plein air, les CCI… ils ont tous été mobilisés dans la mise en œuvre de ce dispositif.

S.L. : Sous la dimension économique, le schéma parle d'une intégration dans l'économie locale. Alors quelle est la part du tourisme dans cette économie ?

A.L. : Je ne saurais pas vous dire, le CRT relance des études là-dessus. Mais on a plutôt des données sur l'emploi touristique avec l'INSEE. Mais en termes d'implication dans l'économie générale, c'est assez difficile de répondre.

S.L. : Dans le cadre de ce schéma, travaillez-vous en collaboration avec le service des Espaces Naturels Sensibles du Conseil Général ?

A.L. : Assez peu. Ce service-là travaille à la préservation des espaces naturels du département. Il y aussi un volet animation - valorisation puisque certains sites sont ouverts et aménagés pour recevoir du public. Il ya quelques personnes qui travaillent, effectivement, à l'animation de ces sites et qui organisent ce qu'on appelle les « rendez-vous Nature ». Ceci étant, ce n'est pas le cœur de leur mission puisqu'ils travaillent vraiment à la préservation de ces espaces. Et dans service il y a la cellule P.D.I.P.R., qui travaille à l'aménagement des chemins de promenade et de randonnée, mais c'est un peu à part.

S.L. : Il y a deux Parcs Naturels Régionaux dans votre département : Scarpe-Escaut et Avesnois. Etes-vous amenés à travailler avec eux, sachant qu'ils sont tous deux signataires de la « Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés » ?

A.L. : Les deux parcs ont été associés à la réflexion de notre politique. Et eux nous associent à leurs réflexions dans le cadre de la signature de cette charte. Ils travaillent aussi beaucoup au développement des Gîtes Panda, ce qui est complémentaire. Ils sont au courant du dispositif et peuvent être des relais sur le territoire, ils peuvent nous renvoyer les porteurs de projets d'hébergement. Donc c'est surtout de cette manière qu'on travaille avec eux, car ils ont été sensibilisés et connaissent le dispositif.

7. Échelle territoriale et politiques publiques de tourisme durable

S.L. : Est-ce que ce changement de politique a signifié une hausse du budget accordé au tourisme par le Département ?

A.L. : Non. Surtout que, depuis quelques années, on a des contraintes budgétaires dans les départements, c'est assez difficile. Donc on est plutôt en période de restriction budgétaire, mais qui pour l'instant n'a pas d'impact sur les projets. Parce qu'il s'agit d'une politique plus qualitative qui demande un accompagnement plus long et une motivation plus importantes des porteurs, on a un peu moins de projets. Comme pour chaque changement de politique, on a un peu moins de projets les premières années. Ça va certainement augmenter, mais il s'agit d'une politique plus lourde qui demande une réelle implication, ce qui fait que certains préfèrent parfois tout faire sans le Département.

S.L. : D'après vous, est-ce que le département du Nord est une échelle de territoire appropriée pour mener une politique de tourisme durable ? Est-ce que le département est l'échelle qui correspond ?

A.L. : C'est le grand débat ! A partir du moment où on a des relais – pour les hébergements ruraux ce sont les labels – les gens savent à qui s'adresser. Alors je ne pense pas que de leur point vue, ça leur importe peu que ce soit le Département, la Région ou la commune. Ce qu'ils recherchent c'est un accompagnement et une aide financière, c'est une motivation aussi. On avait fait en 2002 une enquête de satisfaction auprès des porteurs de projets pour savoir si l'aide du Département avait été l'élément déclencheur, et ils étaient satisfaits de l'accompagnement. Donc de leur point de vue je ne pense pas que l'échelle soit importante.

S.L. : Mais en ce qui concerne l'élaboration de la politique et la mise en œuvre ?

A.L. : Fondamentalement, pour les touristes et les professionnels du tourisme, je ne pense pas que ça ait tellement d'importance. Mais aujourd'hui, il n'y a pas de politique touristique à l'échelle de la Région et heureusement qu'il y en a une au Département.

S.L. : Je me demande aussi si ce n'est pas plus efficace lorsqu'il y a une politique régionale, déclinée ensuite par les départements…

A.L. : Peut-être ! A l'époque où la politique régionale touristique existait encore, avec une aide à l'hébergement, on s'était entendu avec la Région pour ne pas intervenir sur les mêmes territoires. Ils intervenaient dans les communes de plus de 25 000 habitants, et c'est vrai que ça peut être un peu déroutant pour un porteur de projet.

S.L. : Ça veut dire qu'actuellement, dans les communes de plus de 25 000 habitants, il n'y a plus d'aides du tout ?

A.L. : Non, il n'y en a plus. C'est réglementé, on intervient avec l'aval de la Région dans des domaines de compétences spécifiques. Alors demain, avec la territorialisation, peut-être pas la suppression des départements mais des compétences qui seront complètement redistribuées, ça peut changer. Mais l'important, je pense que c'est d'accompagner les porteurs de projets.

S.L. : Pensez-vous que ça ne serait pas aussi efficace si c'était votre Région qui faisait tout le travail que vous accomplissez au Département, mais à l'échelle de la région entière ?

A.L. : Eh bien ça dépend des moyens techniques et financiers qu'on met derrière. Par exemple, le dispositif n'est pas le même dans le Pas-de-Calais, il y a des disparités au sein de la région.

S.L. : Est-ce que vous pensez que le fait que les autres départements, de votre Région ou non, n'ont pas de politique de tourisme durable soit une question de financements, de moyens techniques ?

A.L. : Non, je pense que c'est une question de volonté. Parce que le développement durable, on en parle depuis un moment maintenant, mais je ne suis pas sûre que ce soit rentré dans les mœurs. On en parle de plus en plus, alors je pense vraiment que c'est une question de volonté et pas de moyens. Une volonté c'est-à-dire qu'il y ait des techniciens impliqués et surtout des politiques qui soient convaincus du bien-fondé du sujet.

S.L. : Et c'était donc le cas ici dans le Nord ?

A.L. : Oui, car très tôt on s'est doté d'un Agenda 21. Donc c'est beaucoup plus facile !

8. Questions supplémentaires

S.L. : Que pensez-vous des labels de tourisme durable comme la Clef Verte ? Avez-vous également eu l'occasion de travailler avec eux ?

A.L. : Non, on approche le tourisme durable sous un angle différent, c'est plus une démarche de progrès et d'accompagnement plutôt que de labellisation. Les labels comme la Clef Verte ne sont pas assez complets. Et puis un label est difficile à imposer, ça n'apporte pas de plus-value car les touristes ne les connaissent pas. C'est pourquoi on a pas travaillé avec eux, et par exemple on a pas cherché à labelliser les hébergements HQE.

S.L. : Le schéma départemental du tourisme arrive à son terme en 2010. Va-t-il être renouvelé ?

A.L. : Non, ce n'est pas prévu car au final, 5 ans est une échéance très courte. On va plutôt travailler à poursuivre cette politique d'aide aux hébergements. Et on réfléchit actuellement au soutien des infrastructures de loisirs et des manifestations, dans l'objectif de créer des « éco-manifestations ».

DOCUMENT D : Tableau d'analyse comparée des politiques de développement touristique de la Bretagne et du Nord

	DÉPARTEMENT DU NORD	RÉGION DE BRETAGNE
1. Données de cadrage	• 1 document • « Schéma départemental de développement touristique durable 2005-2010 »	• 4 documents distincts • « Schéma Régional du tourisme » 1) Le Mode d'emploi 2) Le Document cadre 3) La Consultation 4) Un Plan d'actions (2008-2010)
2. Approche du tourisme durable	**Le concept tourisme durable** • **Définition du tourisme durable** de la fédération Europarc et du bureau d'études Géo-Système (2002) : « *Toute forme de développement, d'aménagement ou d'activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales d'un espace, et qui contribue de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent ou séjournent dans cet espace* ». • Une réflexion sous l'angle du développement durable, dans **quatre dimensions** : éthique / sociale / économique / patrimoniale.	**Le concept de tourisme durable** « Les cinq grandes ambitions qui sont au cœur du Schéma régional du tourisme de Bretagne partagent une stratégie commune, le développement durable, qui les rend indissociables. Pour être durable, le développement doit être à la fois écologiquement soutenable, économiquement efficace et socialement équitable. Les ambitions du Schéma y concourent, directement ou indirectement, avec un égal niveau d'importance. » • Aucune définition du tourisme durable n'apparaît dans le schéma, mais le site Internet du CRT retranscrit celle de l'OMT (2004) et établit une différence entre tourisme durable, solidaire et écotourisme.

	Problématique et objectifs • **3 questions de base** : « Comment le tourisme peut-il contribuer au développement de notre département, avec quels bénéfices pour ses habitants ? Comment peut-on aider les acteurs du tourisme à maintenir leur niveau qualitatif tout en offrant un produit spécifique, sécurisé, respectueux de l'environnement ? Comment faire du tourisme un véritable enjeu de transversalité et mieux lier nos politiques ? » • **Ambition** : Faire évoluer la politique touristique « pour mieux accompagner le développement touristique dans un contexte international, européen, national et local d'émergence de projets touristiques durables ».	• Les **trois piliers classiques** du développement durable sont évoqués comme le fondement de cette stratégie touristique : environnemental / économique / social. **Problématique et objectifs** • Le tourisme étant un enjeu majeur pour la région de Bretagne, le Conseil Général souhaite l'accompagner et le soutenir dans ses évolutions, dans le respect de valeurs : l'éthique, l'ouverture, la modernité et la solidarité. • **5 grandes ambitions** : 1) Renforcer l'attractivité de la Bretagne en renforçant son identité 2) Accroître la compétitivité du tourisme breton pour créer des emplois durables 3) Garantir la solidarité des territoires et des hommes 4) Contribuer à l'organisation des acteurs et des filières pour accroître notre efficacité 5) Ouvrir le territoire pour accroître son accessibilité et favoriser la mobilité. → Cinq « comités de chantiers » correspondant à chaque ambition ont été mis en place pour l'élaboration du Plan d'action.

3. La traduction des principes de tourisme durable	**Composition du plan d'actions** • **4 axes d'action stratégiques** : 1) Passer d'une destination touristique « classique » à une destination touristique durable. 2) Préserver et valoriser notre héritage. 3) Assurer un développement social et économique, continu et profitant à tous. 4) Organiser une gestion plus concertée et transversale du développement touristique et des retombées de l'activité touristique et de loisirs. • Un plan de **23 actions** regroupées en trois catégories : - Actions n°1 à n°14 proposant des évolutions de la politique départementale existante, - Actions n°15 à n°18 confiées au CDT, - Actions n°19 à n°23 proposant de nouvelles politiques départementales, régionales, nationales ou autres. **Dimension économique** **Action n°1** : « Aider les hébergements pour tendre vers une politique de soutien au développement durable » → Système d'aide à la transmission et la reprise des établissements (hôtellerie).	**Composition du plan d'actions** • **3 axes d'action stratégiques** : 1) Le rééquilibrage territorial et saisonnier (16 actions) 2) La modernisation de l'offre et de ses services (23 actions) 3) La nouvelle gouvernance (4 actions) • Les cinq comités de chantiers ont élaboré un total de 43 fiches actions qui déclinent ces 3 axes stratégiques. **Dimension économique** **Fiche action 12 :** « Création de pôles touristiques en Bretagne intérieure » → Appel à projets sur quelques destinations en Bretagne intérieure. **Fiche action 19 :** « Soutien à la transmission, à la modernisation et à la création d'hébergements et d'équipements touristiques » → Maintien des lits touristiques marchands et des équipements de loisirs / Modernisation et création. **Fiche action 20 :** « Plans Qualité et Performance globale du tourisme breton » → Mise en œuvre et élargissement des critères du Plan Qualité

	Action n°2 : « Poursuivre la création ou la rénovation d'aménagements et d'équipements de loisirs touristiques » → Extension du Fonds de Développement Touristique privé aux projets situés dans des communes de moins de 25000 habitants. **Action n°7** : « Optimiser le Fonds de Promotion Touristique pour mieux promouvoir le département » → Coordination du financement des actions de promotion touristique pour un équilibre entre les différents territoires du département. **Action n°10** : « Accompagner le développement de la station du Val Joly pour organiser une offre durable » → Organisation du développement touristique de la station du Val Joly pour assurer la pérennisation des équipements et des services. **Dimension socio-culturelle** **Action n°3** : « Encourager l'accès au tourisme et aux loisirs pour tous » → Dispositif Bourse Solidarité Vacances et sensibilisation des prestataires touristiques pour favoriser l'accès des familles et publics défavorisés à l'offre touristique du département. → Conditionnement des aides aux porteurs de projets touristiques à un conventionnement auprès de l'ANCV.	Tourisme. **Fiche action 22** : « Actions favorisant l'accès aux emplois touristiques » → Opération concernant l'emploi touristique saisonnier / création d'un Passeport emploi tourisme. **Fiche action 24 :** « Création d'un fonds régional de soutien aux projets innovants » → Appel à projets individuels et collectifs innovants et respectueux de l'environnement et soutien par un fonds spécifique. **Dimension socio-culturelle** **Fiche action 4 :** « Valorisation touristique du patrimoine » → Soutien aux opérations de restauration, d'entretien et de médiation du patrimoine / Soutien à des dispositifs d'accueil à l'année en milieu rural. **Fiche action 5 : «** Valorisation touristique des événements culturels et sportifs bretons » → Conception d'événements culturels à vocation touristique / Promotion des grands festivals bretons. **Dimension environnementale** **Fiche action 6 :** « Protection et valorisation des sites et espaces

	Action n°8 : « Repositionner les bases de loisirs et les parcs urbains existants pour les rendre accessibles à tous » → Extension de la politique touristique aux parcs urbains, pour améliorer le cadre de vie des habitants du Nord. **Dimension environnementale** **Action n°6** : « Positionner le Nord comme une destination écotouristique *à la française* » → Acquisition de sites remarquables et ouverture progressive au public, aménagement de sites d'interprétation, amélioration de l'offre « nature et randonnée », encouragement au recours aux transports collectifs et aux liaisons douces (pédestre et vélo). **Les touristes** **Action n°4** : « Offrir des territoires de liberté en s'appuyant notamment sur le label Tourisme et Handicap » → Création d'un réseau volontaire d'hébergements et de sites touristiques labellisés « Tourisme et Handicap », suite à un audit du territoire. **Action n°5** : « Structurer et professionnaliser les Offices de Tourisme	naturels » → Politique d'ouverture au public des « espaces remarquables » / Sensibilisation des collectivités / Chartes de bonnes conduites avec certaines filières / Promotion des sites et espaces naturels de la région / Soutien à la valorisation touristique des PNR. **Fiche action 8** : « Opérations pilotes favorisant les déplacements alternatifs à la voiture » → Appel à projet pour la mise en place de démarches globales de gestion des flux dans les stations et sites touristiques. **Les touristes** • La volonté de satisfaire les touristes, tout particulièrement les nouvelles clientèles, transparaît dans les Fiches action des chantiers « Attractivité » et « Solidarité ». • **Fiche action 30 :** « Soutien aux démarches innovantes en matière d'accès aux vacances » → Sensibilisation des entreprises aux chèques vacances / Conventionnement des filières et réseaux pour des formules adaptées à des clientèles spécifiques (familles modestes, jeunes, seniors…) **Fiche action 31 :** « Développement de l'offre Tourisme et Handicap » → Aide à l'adaptation des hébergements pour l'accueil des handicapés

	et Syndicats d'Initiative (OT/SI) en repositionnant et simplifiant la politique actuelle » → Renforcement et diversification de l'aide à l'aménagement des lieux d'accueil des OT/SI du département. **Action n°9** : « Poursuivre le schéma départemental de signalisation touristique » → Renforcement de la signalisation des pôles touristiques majeurs, extension à d'autres sites et aux équipements labellisés.	/ Appel à projets territoriaux pour la création de chaînes d'accessibilité / Stratégie concertée de promotion de la Bretagne accessible. • Aucune action ne prévoit l'implication des touristes à la démarche de développement durable.
4. Méthodologie d'élaboration	**Pilotage** • Conseil Général du Nord (Direction du Sport, du Tourisme et des Espaces Naturels), à l'aide de **deux instances** : - un comité technique (avec le CDT) - un comité de pilotage (parfois élargi aux partenaires extérieurs). • Accompagnement par 3 bureaux d'études : Tam's Consultant, Géo-Système et François Tourisme Consultants. • Durée d'élaboration : **3 ans**. Les **étapes** : - 2002-2003 : réalisation d'un atlas touristique par les services départementaux, bilan de la précédente politique touristique (menée de 1994 à 2001), étude des clientèles, élaboration de la stratégie de positionnement et d'action accompagnée de Géo-Système, puis	**Pilotage** • Conseil Régional de Bretagne (Direction du Tourisme et des Patrimoines et CRTB), qui s'est appuyé sur les cinq comités de chantiers. • Assistance du cabinet Cristal : accompagnement de la démarche d'élaboration, de la rédaction du Plan d'actions, de la conception de la maquette du Schéma. • **3 étapes** : 1) 2004-2006 : État des lieux, partage du diagnostic et recueil des attentes 2) 2006 : Élaboration du projet de schéma 3) 2007 : Vote et finalisation par des fiches-actions.

	présentation aux territoires - fin 2004 : réajustement du schéma. **Participation** • **Pas de consultation** des habitants. • **Concertation** avec les partenaires : syndicats de l'hôtellerie et de l'hôtellerie de plein air, représentants de labels touristiques, organismes publics de tourisme (CDT et communautés d'agglomération dotées d'une politique touristique). • Peu de relations avec le service des Espaces Naturels Sensibles du Conseil Général. Association des deux PNR du département (Scarpe-Escaut et Avesnois) à la réflexion sur le schéma touristique. Ces deux structures sont devenues des relais du Conseil Général sur le territoire, car ils connaissent le dispositif d'aide aux hébergements touristiques durables. **Partenaires d'action** • **Action n°11** : « Favoriser la transversalité dans le tourisme à partir de projets collectifs » → Sensibilisation des acteurs des autres secteurs économiques et autres services départementaux à cette stratégie de développement durable du tourisme, et développement d'actions communes.	**Participation** • **3 niveaux de concertation** : 1) Les acteurs directs du tourisme, experts, professionnels, institutionnels locaux, régionaux et nationaux. 2) Les acteurs indirects du tourisme dans les secteurs du transport, de l'environnement, de la culture… 3) Les habitants. Le PNR fait également partie des structures chargées de la protection de l'environnement ayant participé à ce schéma. • Divers **modes de consultation** avant la rédaction : - Contribution écrite des partenaires (25 au total) - 9 tables rondes (100 commerçants) - Enquête TNS-Sofres (auprès de 17 000 visiteurs) - Sondage (auprès de 1 800 habitants) - Séminaire de restitution et recueil des attentes (300 acteurs). **Partenaires d'action** • Partenariat établi avec de nombreux acteurs sur la base de

	Action n°12 : « Poursuivre le partenariat avec les structures chargées du tourisme » → Partenariat conventionnel avec les structures départementales du tourisme (OT/SI). • **Agenda 21 :** - Lancé en 2001, puis 3 phases d'élaboration. - En 2007, il intègre la politique d'aide aux hébergements (qui faisait déjà partie du schéma de développement touristique) comme une nouvelle action de développement durable.	**conventions d'objectifs**, sur la base des priorités du schéma : **Fiche action 33** : « Conventions d'objectifs triennales avec la FRPAT, la FROTSI et les pays touristiques » **Fiche action 34** : « Conventions d'objectifs triennales avec les réseaux et filières régionaux » **Fiche action 35** : « Conventions d'objectifs triennales avec les chambres consulaires » **Fiche action 37** : « Espace de travail Région/ départements » → Harmonisation des politiques d'intervention de la Région et des départements / Travail en commun sur les dossiers stratégiques. • **Agenda 21** : - Adopté en 2008 - Le soutien au tourisme durable est inclus dans le programme d'actions et le tableau d'indicateurs. - De nouvelles actions liées au Schéma régional du tourisme sont introduites début 2010.
5. Mise en œuvre et suivi	**Moyens mobilisés** • Le **budget** Tourisme du Conseil Général est d'environ 7 millions d'€ pour 2010. Le dispositif de subvention aux porteurs de projets durables représente à peu près 80% de ce budget.	**Moyens mobilisés** • **Budget :** non communiqué. • **Fiche action 10 :** « Soutien à l'émergence de territoires touristiques développement durable »

	• Les **subventions** : des aides aux projets de réhabilitation et de rénovation d'hébergements touristiques (hôtels, gîtes, chambres d'hôte et campings) en fonction du respect d'une grille de critères de « durabilité ». Le financement s'élève à 30% des dépenses, avec un plafond fixé pour chaque type d'hébergement. **Évaluation** **Action n°14** : « Évaluer en permanence les interventions du Département » → 2 évaluations : intermédiaire en 2007 et finale en 2010. → Construction d'un dispositif d'évaluation qualitative (les politiques mises en œuvre répondent-elles aux enjeux du territoire ?) et quantitative (les résultats obtenus permettent-ils d'atteindre les objectifs fixés ?). → Enquête auprès des porteurs de projets (les politiques mises en œuvre répondent-elles à leurs attentes et s'adressent-elles à la diversité des acteurs ?). → Création d'un Système d'Information Géographique (SIG) pour le suivi des subventions octroyées. **Communication** • **Auprès des professionnels :** **Action n°13** : « Communiquer, informer, sensibiliser les	→ Définition d'un cahier des charges « territoire développement durable » / Appel à projet aux territoires volontaires / Opérations pilotes pour les PNR / Soutien aux investissements des professionnels / Actions de promotion pour les structures et territoires durables. **Fiche action 27 :** « Développement des outils financiers pour des projets structurants ou innovants d'intérêt régional » → Prospection et mobilisation des investisseurs publics et privés potentiels. **Évaluation** • **Fiche action 38 :** « Comité de suivi et d'évaluation du Schéma » → Création d'un comité issu des comités de chantiers pour le suivi et l'évaluation annuelle de la mise en œuvre du schéma. • Dispositif d'évaluation non précisé. **Communication** • **Auprès des professionnels :** **Fiche action 11** : « Sensibilisation des acteurs du tourisme au développement durable » → Plan de sensibilisation sur la thématique du développement durable / Mise en place d'une charte de bonne conduite avec les filières

	professionnels » → Coordination de tous les services du Conseil Général concernés (Service Tourisme, Direction de l'Information et de la Communication, CDT) par des réunions, un séminaire, etc. • **Promotion :** **Action n°15** : « Définir une nouvelle stratégie marketing en affinant la réflexion menée dans le cadre du schéma » **Action n°16** : « Fiabiliser un accès rapide et innovant à l'information, voire à la vente » **Action n°17** : « Assurer la commercialisation à vocation *veille commerciale et pédagogique* de produits individuels et groupes » **Action n°18** : « Participer aux fonds mutualisés de promotion pour mieux communiquer et promouvoir le Nord » → Le tourisme durable n'est pas envisagé comme un axe de communication et de promotion touristique pour le département du Nord, mais le CDT l'envisage une fois que l'offre durable sera établie.	intervenant sur les espaces naturels • **Promotion :** **Fiche action 2 :** « Nouvelle stratégie marketing et nouveau plan marketing du CRT » → Élaboration du plan marketing / Mise en place de produits touristiques innovants (le tourisme durable apparaît dans la stratégie marketing du CRT).